

BILAN D'ACTIVITÉ

2021

Partenariats | Grands projets | Accompagnement | Valorisation
Relations presse et pros | Web et e-marketing

Assemblée Générale du 16 mai 2022 | Côte-d'Or Tourisme





Après une année 2020 fortement impactée par le contexte sanitaire lié à l'épidémie de la Covid-19, l'année 2021 a elle aussi été rythmée par des restrictions et fermetures d'établissements touristiques et culturels à

plusieurs reprises, et notamment lors des périodes de confinement.

Dans ce contexte sanitaire délicat, le Conseil départemental a accompagné les territoires par un plan de relance volontariste, dont la mise en oeuvre a été pour partie confiée à Côte-d'Or Tourisme. Ainsi, nous avons :

- enrichi notre application mobile Balades en Bourgogne avec de nouvelles balades,
 - prolongé les deux opérations « Le repos des héros en Côte-d'Or » et « Le repos des héros en Côte-d'Or, ça continue », jusqu'au 31 décembre,
 - conduit un plan marketing Côte-d'Or ambitieux, avec pour la première fois de son histoire, une belle visibilité pour la destination Côte-d'Or à travers une campagne télévisée et digitale au national sur TF1, France Télévisions et le groupe M6, du 21 mai au 27 juin 2021.
- Parallèlement, l'Agence de Développement Touristique a réaffirmé avec conviction les valeurs d'écoute et de proximité au service de l'écosystème touristique départemental.

Le déploiement du « Manifeste pour un tourisme 100 % durable en Côte-d'Or » adopté en juin 2020 s'est poursuivi. Cette stratégie, qui se fonde sur les préceptes du développement durable, se structure autour des 4 axes suivants :

- une intelligence collective et collaborative
- une nature à haute qualité environnementale
- un patrimoine d'exception
- des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

La Côte-d'Or affirme ainsi son positionnement de « 1ère destination nature - patrimoine entre Paris et Lyon ». Côte-d'Or Tourisme axe dorénavant toute sa communication autour du concept « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature ».

Au-delà des opérations traditionnelles menées par Côte-d'Or Tourisme, de nouvelles actions emblématiques ont été initiées, tout au long de l'année 2021 :

- L'accompagnement des prestataires touristiques via des newsletters spécialement conçues à leur intention, la mise à jour permanente du site professionnel, une note de conjoncture régulière sur la saison touristique et des visio conférences thématiques, les « Infos Flash », tous les mois.

- Le développement du label « Vélo & Fromages » attribué le 5 mars 2021 par l'Assemblée des Départements de France, à la Voie verte du Canal de Bourgogne.

- A la suite de l'appel à manifestation d'intérêt tourisme durable proposé par l'ADEME, notre candidature a été retenue afin d'accompagner les hébergeurs et restaurateurs en vue de favoriser leur transition écologique et d'être ainsi éligible à des crédits d'Etat pour leurs travaux. Entre début avril et fin 2021, nous avons ainsi accompagné 17 établissements.

- La réalisation du guide « Le Routard Morvan » en partenariat avec Hachette Livre, le Parc naturel régional du Morvan, les Agences de développement touristique de Bourgogne et le Pays Nivernais Morvan, paru en mai.

- La refonte des sites grand public en un seul afin d'être en conformité avec les usages actuels, les attentes des visiteurs et le positionnement marketing. Ce tout nouveau site a été lancé en avant-saison, début juin.

- La mise en lumière de la gastronomie avec notamment le déploiement de la marque « Savoir-Faire 100% Côte-d'Or » initiée par le Département sur nos outils digitaux et print.

- L'accueil et l'accompagnement de nombreux supports de presse nationale tout au long de l'année, qui a généré de très beaux reportages sur la Côte-d'Or, notamment en TV.

Enfin, en 2021, une réflexion a été conduite avec le Conseil départemental, en vue de proposer une véritable démarche d'attractivité pour la Côte-d'Or. En effet, notre territoire est particulièrement bien positionné et riche d'atouts favorisant le développement d'une attractivité touristique et résidentielle.

En s'appuyant sur nos pépites touristiques, les infrastructures, les équipements, le déploiement de la fibre optique pour tous, notre ambition est double : d'une part, de faire reconnaître la Côte-d'Or comme véritable territoire qualitatif, authentique, savoureux et porteur de valeurs durables ; d'autre part, de contribuer à maintenir une population notamment en milieu rural, de faire venir de nouveaux visiteurs et habitants, qu'ils soient grands urbains, cadres ou salariés et leur famille, ou jeunes étudiants par exemple.

La mise en oeuvre de cette nouvelle stratégie verra le prolongement de nos missions et la transformation de l'ADT en agence d'attractivité de la Côte-d'Or à l'horizon 2022.

La Présidente,

Marie-Claire BONNET-VALLET
Vice-présidente du Conseil départemental de la Côte-d'Or
(canton d'Auxonne)

SOMMAIRE

Bilan d'activité 2021 - Côte-d'Or Tourisme

Les membres du Conseil d'administration	5
Une année 2021 riche en actions	6-7
La Côte-d'Or un territoire 100 % durable	
Une intelligence collective et collaborative	
Le développement durable au service du tourisme	8-9
Assistance au Conseil départemental de la Côte-d'Or	10-11
Accompagnement et assistance des acteurs publics	12
Accompagnement et assistance des acteurs privés	13
Accompagnement des têtes de réseau et des clubs professionnels locaux	14
Meublés de tourisme	15
Collectif tourisme Bourgogne	16
Decibelles data et Pros decibelles data	17
Information et communication auprès des acteurs locaux	18
Veille, observatoire et études	19
Une nature haute qualité environnementale	
Activités nature hors vélo	20
Cyclotourisme	21
Parc national de forêts, Parc Naturel Régional du Morvan	23
Tourisme fluvial, mise en réseau des voies d'eau	24
Valorisation paysagère	25-26
Un patrimoine d'exception	
MuséoParc Alésia	27
Mise en réseau - #EpiquesEpoques	28
Médiation et animation dans les sites et monuments	29
Des savoir-faire 100% Côte-d'Or	
Stratégie et structuration de l'offre œnotouristique	30
Route des grands crus et Climats du vignoble de Bourgogne - Patrimoine mondial UNESCO	31
Gastronomie et produits du terroir	32-33
Excellence artisanale	34
La Côte-d'Or une destination 100% désirable	
Stratégie de communication	35
Production de contenus, ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos	36
Opérations promotionnelles et événementielles	37-38
Relations avec les professionnels du tourisme intermédiaires	
Assistances, éductours et démarchages aux professionnels du tourisme	39
Une action ciblée envers la presse nationale	
Dossiers et communiqués de presse	41
Relations avec la presse	
Partenariats avec la presse, les radios régionales et limitrophes	42-44
Relations presse au national	45-47
Communication print	
Outils édités par Côte-d'Or Tourisme	48
Outils édités en partenariat	49
Communication digitale	
Application mobile Balades en Bourgogne	50-51
Site internet	52
Réseaux sociaux et newsletters	53-56
Des fonctions supports en amélioration 100% continue	
Qualité et suivi juridique	57
Ressources humaines et financières	58
Vie statutaire	59-60
Témoignages de nos partenaires	61-62
L'équipe de Côte-d'Or Tourisme	63

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE CÔTE-D'OR TOURISME



Marie-Claire
Bonnet-Vallet
Présidente
Vice-présidente du Conseil
départemental, conseillère
départementale
du canton d'Auxonne



Patrick Jacquier
Vice-Président
Président général de l'Union
des Métiers et des Industries
de l'Hôtellerie de Côte-d'Or



Sylvain Boulangeot
Vice-Président
Président de l'Office
de tourisme du
Châtillonnais



David Plet
Vice-Président
Président de la Fédération
Côte-d'Or de l'Hôtellerie
de Plein Air



Catherine Louis
Secrétaire générale
Conseillère
départementale du canton
d'Is-sur-Tille



Philippe Léger
**Secrétaire général
adjoint**
Président du Relais
des Gîtes de Côte-d'Or



Michel Rouger
Trésorier
Directeur général
de la SPL MuséoParc
Alésia



Pascal Mure
Trésorier adjoint
Président de
Bienvenue
à la ferme



Arnaud Postansque
Membre du Bureau
Représentant de l'Association
départementale
des Vieilles Maisons Françaises



François Sauvadet
Membre du Bureau
Ancien Ministre
Président du Conseil
départemental



Denis Thomas
Membre du Bureau
Conseiller
départemental
du canton
de Ladoix-Serrigny



Clémentine Barbier
Conseillère
départementale du
canton de Dijon I



Pierre Bolze
Conseiller départemental
du canton de Beaune



Anne Caillaud
Présidente de l'office
de Beaune & pays
Beaunois



Martial Mathiron
Conseiller
départemental
du canton de Genlis



Jean-Paul Maurice
Président de l'office
de tourisme
de Pouilly-Bligny



Laurence Porte
Conseillère
départementale
du canton de Montbard



Marc-Antoine Schivardi
Président délégué
de la structure
multi-départementale
Logis de Bourgogne



Jean-Michel Tissot
Président de
Destination
Bourgogne



Céline Vialet
Conseillère
départementale du canton
de Talant



Viviane Vuillermot
Conseillère départe-
mentale du canton de
Chevigny-Saint-
Sauveur

UNE ANNÉE 2021 RICHE EN ACTIONS

La Côte-d'Or un territoire 100 % durable



ASSISTANCE DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL ET DÉMARCHES DE TERRITOIRE

- 63 avis et échanges avec le CD
- 2 diagnostics territoriaux



TOURISME DURABLE

- 41 assistances et 17 diagnostics
- 5 établissements aidés suite à la validation par l'ADEME

ASSISTANCES ET ACCOMPAGNEMENT DES COLLECTIVITÉS, DES PORTEURS DE PROJET ET DES PRESTATAIRES



- 650 assistances aux porteurs de projets et pros du tourisme
- 53 sites et monuments enquêtés mensuellement
- 10 Infos Flash en visio avec 345 participants
- 11 614 visiteurs, 15 966 sessions, 37 180 pages vues et 785 documents PDF téléchargés sur le site professionnel
- Environ 600 nouvelles photos libres de droit et 297 prêts

LABELS



- 488 meublés en activité et classés (et/ou reclassés) au total dont 76 en 2021
- 94 prestataires labellisés Accueil Vélo dont 29 en 2021
- 10 prestataires labellisés Esprit Parc en Côte-d'Or dont 4 en 2021

VALORISATION PAYSAGÈRE

- 65 communes labellisées Villes et Villages Fleuris dont 3 nouvelles en 2021
- 44 communes accompagnées pour la préparation à l'examen du label « Villes et Villages Fleuris »



La Côte-d'Or une destination 100 % désirable



COMMUNICATION PRINT

- 100 000 exemplaires magazine La Côte-d'Or J'adore
- 60 000 exemplaires carte touristique version française et 30 000 en version trilingue
- 15 000 exemplaires carte vélo
- 1 000 posters



- 2000 abonnés sur la page LinkedIn



- 6353 abonnés sur le compte Twitter



- 4437 abonnés à la page facebook pro



- 59 550 abonnés sur la page Facebook La Côte-d'Or J'adore



COMMUNICATION DIGITALE

- Nouveau site grand public juin 2021
- 3 355 fiches mises à jour et 2 002 fiches créées dans Décibelles data
- 300 assistances aux OTSI sur Décibelles data
- 650 posts en 2021 sur tous nos réseaux

UNE ANNÉE 2021 RICHE EN ACTIONS



■ 13 200 abonnés sur Instagram



■ 31 newsletters à destination du grand public



■ 9 newsletters à destination de plus de 5000 acteurs du tourisme en Côte-d'Or



■ 193 balades disponibles sur l'appli Balades en Bourgogne dont 16 nouvelles en 2021



■ 153 balades à pied



■ 20 balades à vélo



■ 9 balades en voiture



■ 6 balades en canoë



■ 5 parcours à VTT



■ 100 888 installations depuis sa création dont 22 217 installations en 2021 et 45 500 balades téléchargées

PRESSE

■ 450 prestataires et acteurs du territoire valorisés dans les articles et reportages initiés par Côte-d'Or Tourisme
■ 340 dossiers de presse papier et 425 numériques diffusés



■ 12 accueils de journalistes nationaux

■ 1 spot TV diffusé du 24 mai au 27 juin sur TF1, France 3, France 5 et M6 vu par 36 millions de contacts
■ 26 reportages TV sur TF1, France 2, France 3 et M6
■ 1 partenariat avec la TV régionale
■ 4 partenariats pub dans les TV nationales



■ 70 chroniques & interviews radio sur Autoroute info, France bleu Bourgogne, RCF et K6FM
■ 6 partenariats avec les radios locales
■ 12 partenariats avec les radios limitrophes



■ 250 articles de presse
■ 13 partenariats pub et publi-rédactionnels avec la presse locale et limitrophe
■ 14 partenariats pub et publi-rédactionnels avec la presse nationale et les guides touristiques

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

**LE DEVELOPPEMENT DURABLE
AU SERVICE DU TOURISME**

Objectif : Intégrer le développement durable à tous les niveaux de l'activité touristique et développer un tourisme responsable soucieux de la préservation de l'environnement, de la biodiversité et des ressources naturelles et patrimoniales.

CIBLES

- Collectivités
- Porteurs de projets publics
- Habitants et visiteurs
- Associations

En collaboration avec le Conseil départemental, contribuer aux actions suivantes :

- ✓ Maintien de l'activité en milieu rural dans le souci de la préservation de la qualité paysagère, promouvoir et valoriser la production en circuit court local
- ✓ Candidature acceptée au titre de France Relance – Tourisme durable porté par l'ADEME. Ce dispositif vise à accélérer la mise en œuvre de la transition écologique des TPE et PME de la restauration et des hébergements touristiques. Il permet ainsi de financer, sous forme de subventions forfaitaires, un ou plusieurs investissements et/ou études réalisés par l'entreprise figurant dans une liste pré-définie de près de 70 opérations possibles.
- ✓ Recrutement d'Elisa REBULLIOT le 7/04
- ✓ Fonds Tourisme Durable, volets 1 et 2 pour la restauration et les hébergements touristiques, objectif de 20 diagnostics réalisés d'ici avril 2022. Bilan au 31/12/2021 : 17 diagnostics réalisés et 5 dossiers de demande d'aide déposés sur la plateforme de l'ADEME et validés
- ✓ Fonds Tourisme Durable, volet 3 Appel à projets Slow tourisme. 2 vagues : ouvertes du 7/04 au 16/06 et du 23/07 au 01/10/2021. Accompagnement des porteurs de projets et rédaction d'un avis exprès sur la pertinence du projet, notamment eu égard à la stratégie touristique du territoire. Bilan au 29/10 :
 - o 3 dossiers déposés pour la 1^{ère} vague. 1 avis favorable et 2 avis défavorables
 - o 1 dossier déposé pour la 2^{nde} vague, résultat prévu sur la première quinzaine de décembre 2021
- ✓ Participation aux comités régionaux de suivi du Fonds Tourisme Durable le 18/06 et le 20/10 avec l'ADEME Bourgogne-Franche-Comté et les autres partenaires sur la région
- ✓ Promotion du dispositif à travers la newsletter professionnelle de Côte-d'Or Tourisme, les réseaux sociaux professionnels et des mailings et rencontres avec les structures institutionnelles, les réseaux concernés et les professionnels ciblés.
- ✓ Création d'une page dédiée au tourisme durable sur le site professionnel de Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Participation à l'AG Gîtes de France du 27/05 pour présenter le Fonds

- ✓ Info Flash le 9/09 : présentation du Fonds Tourisme Durable. Disponible en rediffusion sur la page dédiée au tourisme durable sur le site professionnel
- ✓ Organisation d'une journée d'échange professionnelle sur la thématique du tourisme durable le 23/11 au Domaine de la Pierre ronde à Saint-Martin-de-la-Mer, avec Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et le Parc naturel régional du Morvan. Différents ateliers participatifs sur le zéro déchet, les circuits courts et l'écoconception mobilisent des intervenants du Conseil Départemental de Côte-d'Or, du Parc naturel régional du Morvan, du CAUE 21 et du cabinet Haptomai Architectes. 35 participants.



- ✓ Assistance aux porteurs de projets et professionnels ayant une démarche durable
- ✓ Travail avec le service Economie circulaire du Conseil Départemental sur la gestion des déchets dans le tourisme

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Pour Côte-d'Or Tourisme, nous tenir au quotidien au service de notre actionnaire, que ce soit les élus et les services, autour de la politique touristique du département, des partenariats structurants, de l'aménagement du territoire, de la valorisation des filières, des événementiels et de certaines opérations exceptionnelles.

Une intelligence collective et collaborative

ASSISTANCE AU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE LA CÔTE-D'OR

CIBLES

Partenaires et prestataires
Conseil départemental

Assistance au Conseil départemental de la Côte-d'Or

- ✓ Mise en œuvre du plan d'action ADT – CD prévisionnel 2020 – 2023 dans le cadre du Manifeste pour un tourisme 100% durable en Côte d'Or
- ✓ Accompagnement sur les politiques du CD ayant un volet touristique et/ou culturel
- ✓ Expertise autour de projets structurants (véloroute, chemin de fer, signalisation autoroutière...)
- ✓ Partenariats avec les collectivités
- ✓ Avis d'opportunité sur les actions touristiques pour lesquelles le CD est sollicité
- ✓ Délégation et mandatement de l'ADT sur la dimension touristique de dossiers d'aménagement du territoire
- ✓ Contribution aux partenariats du CD menés avec les têtes de réseaux ou les territoires en matière touristique
- ✓ Partenariat sur certains événements en lien avec nos filières et/ou l'année thématique
- ✓ Réponses aux demandes de notes du Président
- ✓ Rencontres avec les différents nouveaux interlocuteurs du Conseil départemental
- ✓ Participation aux comités de filières tourisme avec le secrétariat d'état en délégation du Conseil départemental
- ✓ Accompagnement du CD dans le cadre du Programme Petites Villes de Demain avec la réalisation d'indicateurs touristiques pour les 11 EPCI et 15 communes concernés



- ✓ Avis pour le CD, sur les aspects tourisme, sur les CRTE des EPCI

- ✓ Dans le cadre du plan de soutien du Conseil départemental aux acteurs du tourisme :

- suivi des indicateurs et préparation d'un plan marketing Côte-d'Or, mis en œuvre par Côte-d'Or Tourisme, pour une belle visibilité au national sur le mois de juin 2021

- travail en lien avec les services du CD pour rencontrer les OT ayant sollicité un appui

- ✓ Etude de la contribution et de l'accès à l'observatoire des territoires sur l'intranet du Conseil départemental



Démarche d'attractivité

- ✓ Réflexion sur une stratégie globale d'attractivité territoriale de la Côte-d'Or pilotée par le Conseil départemental et portée par l'ADT en associant les services du CD dans le cadre de leurs missions : l'environnement, l'agriculture, l'urbanisme, le sport, la jeunesse, la culture, l'histoire (archives), les routes et infrastructures, le haut-débit, la communication.
 - o Réunion avec le Président et les services du CD le 23/03
 - o Comités de pilotage avec les services du CD le 18/06 et 06/10
- ✓ Rédaction d'une démarche d'attractivité et propositions en vue de transformer l'ADT en agence d'attractivité

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

**ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE
DES ACTEURS PUBLICS**

Objectif : Apporter davantage de cohésion dans les stratégies, les méthodes et les actions pour une meilleure utilisation et une efficacité optimale des fonds publics investis dans le tourisme à l'échelle départementale, régionale et locale. Fournir une assistance aux collectivités dans leur stratégie de territoire et les accompagner dans leurs projets d'équipement touristique.

CIBLES

- EPCI / Communes / OTSI / Pays/PETR /
- Conseil régional et autres acteurs publics
- Partenaires et prestataires
- Conseil départemental
- Visiteurs

- ✓ Réalisation de schémas locaux de développement touristique
- ✓ Programme de valorisation et d'optimisation de la taxe de séjour
- ✓ Rencontres offices de tourisme et EPCI. Organisation et tenue de la bourse d'échange de documentation le 3/06 à Mirebeau-sur-Bèze
- ✓ Accompagnement personnalisé des porteurs de projets d'équipement touristique : selon son état d'avancement, son actualité ou la demande du porteur de projet, l'ADT se positionne en tant qu'accompagnement plutôt autour de l'ingénierie ou plutôt autour de la communication ou autour de ces deux sujets
- ✓ Point avec les responsables ou directeur d'OT lors de leur prise de fonction : OT Mirebellois-Fontenois, OT Pouilly – Bligny
- ✓ Contribution au Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs et des thématiques en découlant (oenotourisme, itinérance, patrimoine). Participation aux COTECH et COPIL le 2/03, le 25/03, le 5/10, 20/10, 7/12 et 15/12
- ✓ Mutualisation des outils communs entre Agences de développement touristique et Bourgogne Franche-Comté Tourisme
- ✓ Poursuite du travail d'information et de veille
- ✓ Rencontres régulières de prestataires sur le territoire
- ✓ Mise en place des Infos Flash sur forme de visioconférence autour de thématiques spécifiques (les rendez-vous de la valorisation paysagère, le label accueil vélo, le tourisme durable, les chèques vacances ANCV, etc...)
- ✓ Participation le 04/11 à des ateliers organisés par la Communauté de communes du Mirebellois-Fontenois dans le cadre du contrat de relance
- ✓ Accompagnement de la commune de Pont-et-Massène sur la valorisation de son camping

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

ACCOMPAGNEMENT ET ASSISTANCE DES ACTEURS PRIVES

CIBLES

Prestataires touristiques
Porteurs de projets
Propriétaires de meublés de tourisme

Assistances, visites de prestataires, opérations individuelles et collectives

- ✓ Assistance technique personnalisée sur l'offre globale des services proposés par Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Accompagnement des projets d'investissement en matière de méthodologie, connaissance des clientèles, législation, classement, labellisation
- ✓ Mise en relation avec des contacts spécialisés et relais avec le territoire
- ✓ Aide à la réalisation de produits touristiques, de supports de communication, fourniture d'éléments textes, visuels, techniques, fichiers
- ✓ Aide à l'organisation de certains événements (ex : inauguration, portes ouvertes, conférences et/ou accueils de presse)
- ✓ Démarche de progrès continue en matière d'outils mis à disposition, que ce soit par ADN Tourisme via le Club ingénierie ou nos ressources propres accessibles sur le site professionnel
- ✓ Travail avec le CAUE et le cas échéant d'autres partenaires autour des hébergements et du tourisme durable
- ✓ Rencontres régulières de prestataires sur le territoire
- ✓ Mise en place des Infos Flash sur forme de visioconférences autour de thématiques spécifiques (les rendez-vous de la valorisation paysagère, le label accueil vélo, le classement des meublés de tourisme, le tourisme durable, le dispositif des chèques vacances ANCV, etc...)
- ✓ Participation aux rencontres prestataires avec l'office de tourisme du Montbardois le 9/11



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

**ACCOMPAGNEMENT DES TÊTES DE RESEAUX
ET DES CLUBS PROFESSIONNELS LOCAUX**

CIBLES

Professionnels / têtes de réseau
touristiques / chambres consulaires
/Professionnels du voyage (actions de
Destination Bourgogne, le Club)

Objectif : Partenariat et accompagnement technique et/ou financier en termes d'ingénierie, communication, promotion, dans un souci d'amélioration de la qualité de l'offre, de la mise en réseau des prestataires et d'une bonne visibilité de l'année thématique et des travaux du Conseil départemental et de l'ADT.

- ✓ Participation aux réunions, assemblées générales et aux conseils d'administration en tant qu'invités permanents : l'ADT peut intervenir au cours des discussions :
 - o Bureau du CRT Bourgogne Franche-Comté le 2/02
 - o Assemblée générale du CDRP21 le 6/02
 - o Conseil d'administration du CRT Bourgogne Franche-Comté le 8/04
 - o Assemblée générale du club hôtelier de Beaune le 26/04
 - o Conseil d'administration des Gîtes de Côte-d'Or le 10/05
 - o Assemblée générale du CRT Bourgogne Franche-Comté le 20/05
 - o Assemblée générale des Gîtes de Côte-d'Or le 27/05
 - o Conseil d'administration Destination le Club le 27/09
 - o Conseil d'administration du CRT Bourgogne Franche-Comté le 7/09
 - o Conseil d'administration du CRT Bourgogne Franche-Comté le 7/10
 - o Assemblée générale du club hôtelier de Dijon le 6/12
 - o Assemblée générale du club hôtelier de Beaune le 13/12
- ✓ Interventions pédagogiques sur des thèmes ciblés en fonction des besoins de chaque partenaire
- ✓ Accompagnement dans le travail sur des problématiques spécifiques à chaque partenaire : partenariat, statistiques, actions de communication, promotion et commercialisation :
 - o Réunion le 13/04 avec les Gîtes de Côte-d'Or sur le partenariat autour du digital
- ✓ Participation à des opérations événementielles en partenariat

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Classement des meublés de tourisme pour une meilleure qualité du parc d'hébergement, permettant d'offrir au touriste une garantie officielle de qualité, via un référentiel adapté aux exigences des clientèles, intégrant des critères fiables de confort, d'équipement et de services.

Une intelligence collective et collaborative

MEUBLES DE TOURISME

CIBLES

Propriétaires de meublés de tourisme et porteurs de projets



- ✓ Assistance aux propriétaires et aux porteurs de projets. 102 assistances
- ✓ Classement des meublés volontaires. 76 meublés classés
- ✓ Sensibilisation des meublés de tourisme au classement notamment en zone rurale et renouvellement des classements
- ✓ Promotion dans les newsletters de Côte-d'Or Tourisme et les supports de communication web
- ✓ Travail avec le CAUE et le cas échéant d'autres partenaires autour des hébergements et du tourisme durable
- ✓ Etude des conditions d'une mise en réseau des propriétaires de meublés et d'un plan d'actions dédié
- ✓ Audit de renouvellement de l'agrément COFRAC par AFNOR Certification le 10/06 : évaluation pour notre activité d'inspection des meublés de tourisme dans le cadre de l'arrêté du 6 décembre 2010, modifié par l'arrêté du 7 mai 2012, fixant le niveau de certification de la procédure de contrôle des meublés de tourisme par les organismes visés au 2° de l'article L.324-1 du Code du Tourisme. Cette évaluation doit être réalisée tous les 5 ans
- ✓ Info Flash le 24/06 : présentation du classement des meublés de tourisme

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



L'AUTOMNE C'EST LA BOURGOGNE !

Une intelligence collective et collaborative

COLLECTIF TOURISME BOURGOGNE

CIBLES

Visiteurs

Objectif : Capitaliser sur la marque Designed by Bourgogne pour attirer ou fidéliser les clientèles. Mutualiser des budgets avec nos partenaires pour déployer des opérations conjointes et des campagnes de communication.

- ✓ Développement d'une stratégie de focalisation et de mutualisation : focalisation sur des activités spécifiques aux territoires et/ou à leur expertise, mutualisation d'actions permettant à la fois d'avoir un impact beaucoup plus fort tout en réduisant les coûts
- ✓ Mutualisation des outils communs entre ADT et BFCT
- ✓ Poursuite de la mise en œuvre du plan marketing partagé et notamment les chantiers suivants :
 - o Réunions stratégiques les 26/02, le 31/03 et le 30/04 : travail sur la stratégie marketing et la campagne de printemps et le 12/07 et le 31/08 pour la mise en place de la campagne d'automne. Réunion de bilan le 26/11
 - o Réunions des directeurs du Collectif les 26/03, 4/05 et 7/06
 - o Groupe de travail autour du digital pour optimiser la visibilité de notre territoire sur les réseaux sociaux notamment et via des contenus web dédiés
 - o Organisation d'un Facebook live le 23/03 à l'occasion de la journée internationale du fromage, en collaboration avec le CRT, sous les halles médiévales de Salmaise
 - o Campagnes de communication Designed by Bourgogne sur le marché France :
 - La campagne de printemps a été annulée suite à la situation sanitaire
 - Reconduction de l'opération #lautomnecestlabourgogne via des posts partagés sur les réseaux sociaux entre le 16/09 et le 16/11
 - Jeu concours spécial #lautomnecestlabourgogne avec 2 lots offerts par Côte-d'Or Tourisme et une mise en avant dédiée de la Côte-d'Or sur les médias on line « Out of office » et « Elle » en septembre-octobre

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable

décibelles data
plus de résonance pour nos destinations

Une intelligence collective et collaborative

DECIBELLES DATA ET PROS DECIBELLES DATA

CIBLES

OTSI21 et partenaires (GDF, BIVB...)
Prestataires touristiques et partenaires

Objectif : Uniformisation, développement et diffusion de la donnée touristique de la base de données régionale. Autonomie des OTSI sur l'utilisation de l'outil. Sensibilisation des prestataires touristiques à la saisie de leurs données sur Pros Décibelles data. Offrir au client final, une information touristique de qualité et à jour pour répondre à sa demande.

Qualification de l'offre et animation de la base de données

- ✓ Sensibilisation des OTSI et des nouveaux prestataires aux enjeux et à la mise à jour de Décibelles data
- ✓ Poursuite des visites chez les prestataires afin de mieux qualifier l'offre présente sur la base de données

Coordination départementale

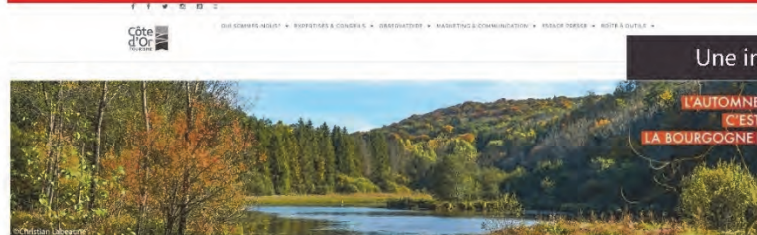
- ✓ Accompagner la prise d'autonomie progressive des OTSI notamment pour la création de fiches, la modération et toutes les dimensions de la gestion de la base de données
- ✓ Coordination avec la MASCOT de la journée départementale le 8/12 autour de Décibelles data
- ✓ Formation de l'équipe des OT de Cap Val de Saône, Mirebellois/Fontenois à Décibelles data. Remise à niveau pour certains membres
- ✓ Informer les acteurs concernés, dont les OTSI de Côte-d'Or, des évolutions techniques décidées par le COTECH (dont l'ADT21 fait partie). Le COTECH auquel participe l'ADT21 se tient une fois par trimestre. Assistance technique
- ✓ Formation de l'équipe de l'ADT21 pour réaliser des extractions de données depuis Décibelles data et assurer les assistances sollicitées par les partenaires ou le grand public
- ✓ Réalisation d'un Info flash auprès des prestataires touristiques de Côte-d'Or sur la thématique « augmenter la visibilité de votre activité grâce à Décibelles data »
- ✓ Mise en place d'un nouveau fichier pour faciliter la création de fiches événements sur Décibelles data par les services du CD21

Mise à disposition des contenus

- ✓ Mise en place par l'ADT21 de flux Décibelles data pour les sites web des OTSI et les prestataires touristiques qui en font la demande
- ✓ Mise en place de flux Décibelles data par l'ADT21 pour son futur site web
- ✓ Formation au logiciel Bridge pour permettre la réalisation de brochures à la volée

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

**INFORMATION ET COMMUNICATION
AUPRES DES ACTEURS LOCAUX**

Objectif : Valoriser et promouvoir la destination Côte-d'Or et être au quotidien au service des acteurs locaux en les accompagnant par la mise à disposition de services, d'outils et d'informations touristiques de qualité.

CIBLES

Acteurs touristiques et tous nos partenaires

- ✓ Développement et animation du site internet à destination des professionnels pro.cotedor-tourisme.com
- ✓ Mise à disposition de la photothèque aux prestataires et partenaires
- ✓ Gestion des ressources éditoriales, iconographiques, audios et vidéos pour la réalisation des kits de communication
- ✓ Diffusion sur les réseaux sociaux et outils en ligne : page Facebook pro/Twitter/Linkedin/Infos Flash
- ✓ Envoi d'une newsletter régulière à destination de l'ensemble des professionnels présents dans la base de données : 10 newsletters en 2021 (dont invitations pour les Infos Flash)
- ✓ Mise à jour régulière des différentes actualités touristiques du département (informations liées à la crise sanitaire, salons, conférences, appels à projets/candidatures, enquêtes, etc.)



>> NOUVEAU : DOSSIER DE PRESSE 2021

En 2021, l'objectif de Côte-d'Or Tourisme est de conforter la Côte-d'Or comme la première destination patrimoine-nature entre Paris et Lyon, une réalité au vu de l'offre existante sur notre territoire.

[> Consultez notre dossier de presse 2021](#)



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une intelligence collective et collaborative

VEILLE, OBSERVATOIRE ET ETUDES

CIBLES

Partenaires
Prestataires
Porteurs de projets

Objectif : La Côte-d'Or se doit d'adapter sans cesse son offre. L'observatoire constitue donc un outil générique destiné à renseigner l'ADT et ses clients sur les évolutions de son environnement.

Observation de l'activité touristique

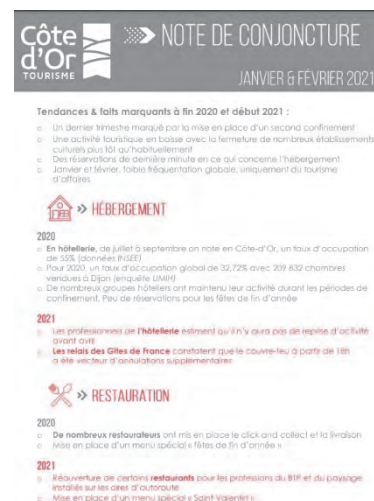
- ✓ Réalisation de bilans touristiques et de chiffres clés par secteur d'activité en fin d'année
- ✓ Réalisation d'une enquête mensuelle et annuelle de fréquentation auprès des sites et monuments et des évènements
- ✓ Etude des flux en Côte-d'Or avec Orange
- ✓ Analyse de la fréquentation des sites internet et de l'application Balades en Bourgogne de Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Mise en place d'une note de conjoncture mensuelle sur les tendances et faits marquants touristiques ainsi que d'une note de conjoncture sur la saison estivale 2021
- ✓ Réunion avec le CRT de la présentation de l'outil de e-reputation FAIRGUEST

Veille

- ✓ Veille personnalisée sur les atouts de la Côte-d'Or, l'e-tourisme, le marketing, l'innovation, la législation

Travaux d'ADN Tourisme

- ✓ Intégrer le cas échéant des formations, journées ou groupes de travail pouvant intéresser la Côte-d'Or : actuellement membre du groupe national « Club ingénierie ». Participation au COPIL Ingénierie les 5/05, 2/06, 22/06, 10/09, 21/10 et 27/10
- ✓ Suivre les travaux et les services proposés par ADN Tourisme. Participation à l'assemblée générale le 20/05
- ✓ Participation au congrès national les 23 et 24/09 à Agen
- ✓ Participation au Club Ingénierie à Bordeaux les 02 et 03/12



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Valoriser et partager les espaces naturels, lieux de multiples pratiques sportives et de loisirs pour tous les publics, en favorisant l'émergence d'infrastructures et services afin d'en faire un réel atout touristique et d'attractivité, en cohérence avec la stratégie départementale de développement durable.

Une nature haute qualité environnementale

ACTIVITES NATURE HORS VELO

CIBLES

Les collectivités, les porteurs de projets publics, les porteurs de projets privés

- ✓ 2021 : une année thématique nature-patrimoine
- ✓ Développement des sites inscrits au Plan départemental des espaces, sites et itinéraires (PDESI) et au Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée (PDIPR) et encourager l'inscription des Espaces naturels sensibles (ENS)
- ✓ Travail sur la randonnée pédestre, les lieux de baignade, les sites d'escalade, de canoë-kayak et autres activités nature le cas échéant
- ✓ RV avec le CDRP 21 le 20/05 pour faire un point sur les actions en cours
- ✓ RV avec le CDRP 21 le 13/09 au sujet de la réédition du topo guide La Côte-d'Or à pied
- ✓ Travail autour de la structuration de l'offre, de l'accompagnement et de la mise en réseau des acteurs
- ✓ Accompagnement des porteurs de projets privés ayant des activités de plein air
- ✓ Sensibilisation des acteurs locaux à la clientèle nature
- ✓ Etude de l'accueil des camping-cars
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

CYCLOTOURISME

CIBLES

Collectivités : par le développement des infrastructures

Prestataires : par la marque Accueil vélo

Visiteurs avec une offre qualifiée

Objectif : Le Conseil départemental est maître d'ouvrage d'un réseau de 360 kilomètres de véloroutes et voies vertes. Dans le prolongement, Côte-d'Or Tourisme accompagne les prestataires et les territoires dans le développement de la filière vélo.



✓ Accompagnement du Conseil départemental, des porteurs de projets privés et publics, sur les aménagements et les projets relatifs à la clientèle vélo

✓ Communication autour de la V50 – La Voie Bleue, Moselle-Saône à vélo

✓ Mise en valeur des divers itinéraires, chacun avec leurs spécificités (La Voie Bleue – Moselle-Saône à Vélo, Voie des vignes, Canal de Bourgogne, Canal entre Champagne et Bourgogne). Participation aux travaux des Comités d'itinéraire lorsqu'ils existent : Voie Bleue (COPIL le 4/11 et COTECH promotion/communication le 16/12), GTMC (CA Vélos et Territoires le 11/03)



✓ Déploiement de la marque Accueil Vélo et renouvellement des labellisés dont la marque a expiré. Ouverture de la marque Accueil Vélo sur de nouveaux itinéraires comme la GTMC (VTT). 29 prestataires labellisés en 2021

✓ Info Flash le 4 /05 : présentation de la marque Accueil Vélo



✓ Après la Voie des Vignes en 2020, obtention en 2021 du label Vélo & Fromages pour la Voie verte le long du Canal de Bourgogne (de Dijon à Migennes) en partenariat avec l'ADT 89 (Côte-d'Or Tourisme était référent sur ce dossier)

✓ Mise en valeur de la Côte-d'Or au travers de manifestations d'intérêt national en accompagnant les porteurs de projet privés qui mettent en œuvre ces événements : Mad Jacques Morvan en mai 2021

✓ Premier salon du vélo à Congrexpo. Présence sur le stand du Conseil départemental de la Côte-d'Or du 17 au 19/09

✓ Développement du VTT : intégration des sentiers inscrits au PDESI dans l'application Balades en Bourgogne. Travail avec la communauté de communes du pays châtillonnais et le PNF pour inscription au PDESI des sentiers du châtillonnais. Participation aux travaux du comité d'itinéraire de la GTMC

✓ Réalisation d'outils de communication (voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

**PARC NATIONAL DE FORETS
PARC NATUREL REGIONAL DU MORVAN**

CIBLES

Parc national de forêts
Parc naturel régional du Morvan
EPCI/communes/OTSI
Prestataires touristiques
Porteurs de projets

Objectif: Avec l'émergence du Parc national de forêts et le parc naturel régional du Morvan, Côte-d'Or Tourisme s'est positionné en accompagnement autour de l'ingénierie ou autour de la communication, selon les attentes de nos partenaires.

Parc national de forêts (PNF)

- ✓ En lien avec le PNF et la MDT 52, structuration de l'offre nature sur le territoire du Parc national
- ✓ Sensibilisation des prestataires se situant sur le PNF à l'accueil des clientèles itinérantes
- ✓ Déploiement de la marque Esprit parc national en lien avec le PNF. Participation aux commissions d'attribution de la marque (22/02 – 08/07)
- ✓ Accompagnement du Parc national de forêts sur le volet touristique. Réunion de travail le 29/04 avec M. PUYDARRIEUX, directeur du Parc national et M. CORVASCE, directeur de la MDT 52
- ✓ Accompagnement du PNF sur le plan de communication 2021, avec un groupe de travail rassemblé autour de l'Agence 24 le 04/05
- ✓ Travail sur la randonnée pédestre et le VTT, en lien avec le PNF et la Communauté de communes du Châtillonnais
- ✓ Partenariat autour de la commercialisation de produits touristiques
- ✓ Organisation de la bourse d'échange de documentation le 28/06
- ✓ Edition d'un document Parc national de forêt, en partenariat avec l'office de Châtillon-sur-Seine et la MDT52, reprenant les bases du dossier de presse 2020, à destination des prestataires touristiques du Parc national
- ✓ Points les 03/11 et 30/11 avec l'équipe du PNF et celle de Côte-d'Or Tourisme sur les divers dossiers en cours et les projets
- ✓ Etude de clientèle, menée par un cabinet d'étude, sur le territoire du PNF, financé par la MDT52 et Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)



Parc naturel régional du Morvan

Accompagnement du Parc naturel régional du Morvan sur le volet touristique

- ✓ Réalisation du guide Le Routard Morvan en partenariat avec Hachette Livre, le Parc naturel régional du Morvan, les Agences de Développement Touristique de Bourgogne et le Pays Nivernais Morvan. Participation au lancement officiel le 4/06
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectifs: Accompagner les projets pour favoriser la découverte autour de la Saône et de la Voie bleue. Un travail est engagé autour de la mise en réseau des acteurs en lien avec le développement d'activités douces telles que le vélo et les activités au fil de l'eau. Valoriser les multiples voies d'eau qui façonnent notre territoire et les activités et prestations afférentes.

Une nature haute qualité environnementale

TOURISME FLUVIAL MISE EN RESEAU AUTOUR DES VOIES D'EAU

CIBLES

Communes / EPCI
Prestataires du réseau
Visiteurs
Collectivités, Pays, PETR, porteurs de projets publics et privés

- ✓ Le tourisme fluvial et la mise en réseau autour des voies d'eau ne peut s'envisager sans les voies et infrastructures le long des linéaires – voir fiche cyclotourisme
- ✓ Accompagnement du Conseil départemental sur les projets d'infrastructure
- ✓ Travail autour de la structuration de l'offre, de l'accompagnement et de la mise en réseau des acteurs, notamment autour des ports
- ✓ Réalisation d'outils de communication (voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable)
- ✓ Travail autour de la Saône et ses affluents. Parution dans le magazine Vaévient de l'été, 120 000 exemplaires gratuits, en partenariat avec la Haute-Saône et le Jura, prélude au travail de communication autour de la voie bleue
- ✓ Participation et accompagnement dans le cadre des travaux et réunions de la Charte fluviale de territoire de Saint-Jean-de-Losne, en lien avec le Conseil départemental
- ✓ Participation aux travaux sur le Contrat de Canal du Rhône au Rhin (CoPil le 23/11)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

VALORISATION PAYSAGERE

CIBLES

Communes de Côte-d'Or
Conseil départemental
Visiteurs et habitants
EPCI

Objectifs 2021 :

- ✓ Conforter encore la position de leader de l'ADT 21 pour devenir l'interlocuteur incontournable et qu'on écoute (tant au niveau local que national) dans le domaine de la valorisation paysagère
- ✓ Faire prendre conscience que la valorisation paysagère peut être une des solutions aux préoccupations actuelles
- ✓ Faire du Club de la VP un réseau encore plus actif et intensifier les interactions

Le conseil aux communes

Rendez-vous de la valorisation paysagère : partenariat Côte-d'Or Tourisme, CAUE et groupe Dijon-Céréales visant à sensibiliser tous les acteurs de la valorisation paysagère. Le fil conducteur de toutes les réunions de l'année 2021 était « L'eau, c'est la vie ! » Réunions les 11 et 18/02, visites sur le terrain les 8, 9 et 10/06 à Longvic, Pouilly-en-Auxois et Vignoles et le 30/09 à Plombières-les-Dijon



Formation des jardiniers en partenariat avec le CNFPT : formation de base théorique et pratique de 16 journées sur deux ans. Début de la session les 1^{er} et 2/03 à Bèze et Ladoix Serrigny

Tournées de conseil aux communes en vue de la labellisation « Villes et Villages Fleuris », 23 communes visitées en mai

Travail sur le mécénat autour du conseil aux communes avec Dijon Céréales en mai

Le label « Villes et Villages Fleuris »

Tournées départementales de valorisation paysagère du 1er au 16/07

- ✓ Examen des candidatures du concours des Petits Jardiniers de Côte-d'Or, dont le thème était « l'épouvantail, le roi du jardin »
- ✓ La remise des Trophées départementaux de la valorisation paysagère, prévue initialement en décembre, a été annulée à cause de la pandémie



Représentation de la Côte-d'Or au régional

- ✓ Participation au jury régional du 20 au 22/07
- ✓ Participation au jury conjoint en Côte-d'Or qui attribue la 1ère, 2ème et 3ème fleur du label « Villes et Villages Fleuris » les 29 et 30/07. Cette année, tous les candidats en lice ont été primés : Agey pour la 1ère fleur, Eguilly et Soirans pour la 2ème fleur
- ✓ Participation à la remise des prix régionale du label Villes et Villages Fleuris à Besançon le 9/11



Représentation de la Côte-d'Or au niveau national

- ✓ Participation au jury national en Bretagne, qui attribue et contrôle les communes 4 fleurs du label « Villes et Villages Fleuris » du 21 au 24/06
- ✓ Participation au jury des candidatures au label « Département fleuri » le 17/09 à Paris
- ✓ Participation à la Rencontre annuelle des « Départements fleuris » du 20 au 22/10 à Rennes
- ✓ Participation à la remise des prix nationale du label Villes et Villages Fleuris le 14/12 à Paris



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Avec le MuséoParc Alésia, capitaliser sur un projet phare du Conseil départemental pour promouvoir une offre touristique côte-d'orienne différente de celle qui est traditionnellement mise en avant.

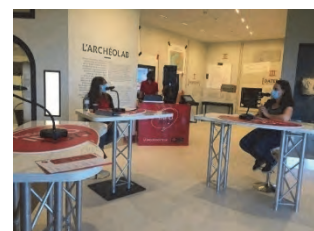
Un patrimoine d'exception

MUSEOPARC ALESIA

CIBLES

SPL MuséoParc Alésia
Prestataires touristiques
Porteurs de projets
Visiteurs

- ✓ Participation à la conférence de presse du MuséoParc le 11/02
- ✓ Mise en valeur du MuséoParc Alésia et de sa nouvelle scénographie. Un nouvel espace d'exposition permanente totalement renouvelé avec des dispositifs multimédias, des pièces archéologiques et un escape game sur le site des vestiges
- ✓ Intervention de Michel ROUGER lors d'un Info Flash destiné aux prestataires de Côte-d'Or pour présenter la nouvelle scénographie le 26/04
- ✓ Témoignage sous forme d'interview vidéo autour du partenariat avec Côte-d'Or Tourisme pour une diffusion sur le parcours de visite
- ✓ Réalisation d'un plan de communication concerté entre la SPL, le CD et l'ADT, dont une émission spéciale Autoroute info en partenariat le 07/06. Réunion de travail le 29/03, participation au COPIL communication et échanges réguliers sur le plan média
- ✓ Contribution aux actions de structuration : travail de mise en réseau, accompagnement des opérations mutualisées, labellisation le cas échéant
- ✓ Renouvellement des partenariats avec les médias locaux, mise en avant dans les supports de communication de l'ADT
- ✓ Participation à la journée inaugurale en présence de la presse, de la nouvelle scénographie, le 02/07. Organisation d'un voyage de presse complémentaire pour une sélection de 10 journalistes pour découvrir les environs, sur une journée supplémentaire
- ✓ Montage commun d'une émission Autoroute info le 7/07, avec des invités complémentaires comme le château de Bussy-Rabutin ou le musée municipal de Semur-en-Auxois
- ✓ Appui aux actions de communication : mise en valeur régulière du MuséoParc sur l'ensemble des supports de communication et des actions de promotion de l'ADT
- ✓ Visite guidée de la nouvelle scénographie par l'équipe de l'ADT le 9/09 et le 24/11



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif: Autour du MuséoParc Alésia, 18 sites et monuments de la Haute Côte-d'Or du sud de l'Yonne et de la Nièvre se sont fédérés dans le réseau #EpiquesEpoques, animé par Côte-d'Or Tourisme. L'objectif est de capitaliser sur la dynamique impulsée par l'année thématique 2018.

Un patrimoine d'exception

MISE EN RESEAU - #EPIQUESEPOQUES

#ÉPIQUESÉPOQUES
EN BOURGOGNE

CIBLES

Professionnels des membres du réseau
Visiteurs (meilleure lisibilité de l'offre)

- ✓ Structuration et la mise en réseau des structures touristiques autour du Pays Auxois, du Morvan, et du Châtillonnais avec les frontaliers proches
- ✓ Réunion de lancement de saison le 8/02 avec co-construction du plan d'actions
- ✓ Etude de tout partenariat pouvant servir le réseau #EpiquesEpoques
- ✓ Mutualisation des ressources
- ✓ Accompagnement des sites et monuments en matière de structuration et de communication
- ✓ Relais de Châteauneuf, village préféré des Français en mars
- ✓ Organisation de l'opération Chefs de Gare 2021 en gare de Montbard le vendredi 15/10 (cf fiche gastronomie)
- ✓ Découverte de la nouvelle scénographie du MuséoParc Alésia avec les sites et monuments du réseau le 24/11
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Accompagner les sites et monuments à développer de nouvelles formes de médiation et d'animation pour compléter l'expérience du visiteur.

Un patrimoine d'exception

MEDIATION ET ANIMATION DANS LES SITES ET MONUMENTS

CIBLES

Partenaires et prestataires
Visiteurs

- ✓ 2021 : une année thématique nature-patrimoine
- ✓ Contribution aux actions conduites dans le cadre de « Culturosons » notamment pour le patrimoine et l'évènementiel
- ✓ Etude du développement de boutiques en ligne pour la vente de billets et pour les manifestations. Présentation de la société Pass Patrivia avec la Fondation du Patrimoine et la mission Bern et déploiement progressif en Côte-d'Or
- ✓ Encouragement du développement de qualifications et de labels comme Plus beaux Villages de France et Cités de caractère
- ✓ Participation à la commission d'attribution de la marque Cités de Caractère de Bourgogne Franche-Comté pour la commune d'Epoisses le 18/06
- ✓ Rencontres de responsables de sites et visites de sites et monuments

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Accompagner les acteurs de notre filière ambassadrice dans leurs projets de développement et dans leur communication.

Valoriser le label Vignobles & Découvertes et favoriser la mise en réseau des prestataires.

Des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

STRATEGIE ET STRUCTURATION DE L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

CIBLES

Professionnels de la filière vin et tourisme
Visiteurs

- ✓ Contribution au schéma oenotourisme de la région le 15/02
- ✓ Accompagnement des porteurs de destinations labellisées Vignobles & Découvertes et de leurs partenaires
- ✓ Aide à la structuration du réseau « Vignobles & Découvertes ». Participation aux réunions du COTECH le 11/03, le 28/09, le 23/11 et le 15/12
- ✓ Contribution aux actions du collectif oenotourisme mis en place à l'échelle de la Bourgogne / Jura avec un travail sur l'observation des publics et en termes marketing pour être au plus près des attentes de nos cibles, un travail sur l'évolution du label Vignobles & Découvertes et l'étude du déploiement d'un événement national : le Fascinant Week-end, du 14 au 17/10
- ✓ Réunion avec le collectif oenotourisme le 28/10
- ✓ Accueil d'une délégation Vignobles & Découvertes de la région AURA le 23/11
- ✓ Etude de la reprise du label Vignobles & Découvertes par Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Des savoir-faire 100 % Côte-d'Or

ROUTE DES GRANDS CRUS ET CLIMATS DU VIGNOBLE DE BOURGOGNE PATRIMOINE MONDIAL UNESCO

Objectifs : Pour le Conseil départemental, contribuer techniquement et financièrement à l'aménagement de ce territoire inscrit au Patrimoine mondial. Référent pour le tourisme, la médiation et la communication, il a délégué cette mission à l'ADT sur le plan technique, afin de sensibiliser, fédérer, mettre en valeur, qualifier et valoriser l'activité touristique liée aux Climats du vignoble de Bourgogne. Poursuivre le travail de coordination des actions autour de la Route des grands crus.

CIBLES

Association des Climats du vignoble de Bourgogne, Mission Climats
Prestataires touristiques
Collectivités
Professionnels filière vin et tourisme, communes et élus
Visiteurs

- ✓ Concertation et coordination des actions de communication liées au tourisme, conduites par les partenaires autour de la Route des grands crus, du label Vignobles & Découvertes et des Climats du vignoble de Bourgogne
- ✓ Participation aux conférences territoriales, commissions techniques permanentes et aux travaux menés par d'autres commissions (mobilité) pour les Climats. Participation à la conférence de presse au Clos Vougeot le 21/05 et la conférence territoriale le 16/12
- ✓ Contribution au dossier conduit par les Climats du vignoble de Bourgogne pour l'animation de la Route des grands crus
- ✓ Etude de tous les projets et travaux de mise en réseau concourant à la visibilité de l'inscription au Patrimoine mondial (signalisation, véloroutes, documents d'urbanisme, etc...)
- ✓ Animation de la commission tourisme/médiation/communication. Réunions les 1^{er} /02 et 20/10
- ✓ Participation à la réflexion autour de la médiation en fonction des différents publics visés
- ✓ Communication sur Balades en Bourgogne
- ✓ Réalisation d'outils de communication (*voir chapitre La Côte-d'Or une destination 100% désirable*)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

GASTRONOMIE ET PRODUITS DU TERROIR

CIBLES

Prestataires et réseaux locaux



Objectif : La gastronomie dont les produits du terroir, est l'un de des principaux atouts de la Côte-d'Or. Il s'agit de conforter son image de destination gastronomique de référence, de valoriser les savoir-faire et métiers de la restauration ainsi que les productions locales, notamment par la marque Savoir-faire 100% Côte-d'Or – le Département.

- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés Savoir-faire 100 % Côte-d'Or via :
 - o Le magazine La Côte-d'Or J'adore, rubriques « gastronomie » et « territoires »
 - o Partage des actions et outils déclinés par le Conseil départemental sur nos outils web et print
 - o Participation au déjeuner 100% Côte-d'Or avec la remise de l'agrément du 1er Chef Ambassadeur Jean-Alain Poitevin le 9/06
 - o Newsletter destinée aux restaurateurs envoyée le 17/06 afin de promouvoir la démarche, ainsi qu'un post sur les réseaux sociaux et le site pro
- ✓ Communication très régulière autour des chefs et restaurants, de l'obtention du label Vélo & Fromages et des nouvelles virées gourmandes de l'appli Balades en Bourgogne via :
 - o Recettes publiées dans Côte-d'Or magazine tous les mois dans la rubrique « Et toque ! »
 - o Dans le magazine La Côte-d'Or J'adore, rubriques « gastronomie » et « territoires »
 - o Les articles de la presse locale, limitrophe et nationale, les réseaux sociaux et outils de Côte-d'Or Tourisme dont : une double-page par saison dans Arts & Gastronomie, Le Bien Public (pages de l'été), publicité dans le guide Bienvenue à la ferme...
- ✓ Mise en valeur d'établissements et séjours gastronomiques en Côte-d'Or très régulièrement via des émissions et/ou des opérations jeux sur les radios locales, limitrophes et nationales

Et toque ! La recette du mois

EN PARTENARIAT AVEC CÔTE-D'OR TOURISME

À Rouvray, au cœur du Plaisance, se trouve le restaurant de Ici M' aime. Les amateurs de bonheur dans cet ancien manoir où les assiettes se distinguent très appétissantes.



Crèmeux de céleri, g... et son jardin d'hiver



✓ Participation ou organisation d'événements liés à cette filière :

- o Co-organisation de l'opération Chefs de gare à Montbard le 15/10



- o Présence quotidienne sur le stand du Conseil départemental lors de la Foire internationale gastronomique de Dijon du 30/10 au 11/11



- o Présence au tirage au sort de « Tournée générale », un événement beaunois mis en place par BM/DBM, le 06/07
- o EVENEMENTS ANNULES : Paulée des chefs et Trophées de la gastronomie

✓ Création d'une base éditoriale concernant les chefs, restaurants et recettes : 160 recettes stockées à ce jour pour réutilisation dans la presse, sur les outils de l'ADT...

✓ Etude de l'opportunité d'une route de la truffe :

- o réunion le 22/06 afin de prendre connaissance du projet de la Confrérie de la Truffe, en présence également de la COVATI
- o participation à l'inauguration de la truffière à Is sur Tille le 18/09
- o participation au marché de la truffe à Is sur Tille le 16/10

✓ Suivi et assistance sur les grands itinéraires / projets sur cette filière notamment sur la Vallée de la gastronomie (participation aux actions proposées par le CRT)

LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Objectif : Pour le Conseil départemental, accompagner les artisans de la marque l'excellence Artisanale dans leurs projets d'ouverture vers les visiteurs et leur mise en valeur, en appui avec Côte-d'Or Tourisme.

Des savoir-faire 100% Côte-d'Or

EXCELLENCE ARTISANALE

CIBLES

Les artisans qui bénéficient de la marque



- ✓ Mise en lumière des producteurs locaux estampillés Savoir-faire 100 % Côte-d'Or
- ✓ Relais lors de la bourse d'échange de Côte-d'Or
- ✓ Promotion de la balade des artisans dans l'application Balades en Bourgogne
- ✓ Appui aux actions de communication : mise en valeur de la marque sur les supports de communication et des actions de promotion de l'ADT
- ✓ Réunion avec la Chambre des Métiers de l'Artisanat et le Conseil départemental le 15/11 pour travailler sur le plan d'action 2022
- ✓ Réflexion autour de la mise en valeur des meilleurs ouvriers de France

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Après des actions de communication 2019 et 2020 orientées principalement sur les savoir-faire gastronomiques et la nature (Parc national de forêts), 2021 visera à conforter la Côte-d'Or comme la 1ère destination nature-patrimoine entre Paris et Lyon. En effet, la Côte-d'Or possède un patrimoine riche, de qualité, diversifié, préservé... et ce dans tous les territoires, y compris en campagne. Ici, le patrimoine et la culture sont inscrits dans l'ADN des paysages et des habitants.

Stratégie de communication

STRATEGIE DE COMMUNICATION

A la suite d'un brainstorming de l'équipe de Côte-d'Or Tourisme, le slogan retenu pour communiquer en 2021 est : « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature ». Nos cibles prioritaires que sont les français et francophones plutôt urbains, les femmes (car ce sont elles qui décident du choix des vacances à 53 %), les familles et habitants de la Côte-d'Or seront exposés à ce message durant toute l'année 2021 via différents canaux médiatiques complémentaires. Notre objectif majeur pour 2021 et les années suivantes est de faire de la Côte-d'Or un département où le tourisme est 100% soutenable pour les habitants et la destination 100% désirable pour les visiteurs, en attirant une clientèle en adéquation avec nos valeurs et notre offre sur l'ensemble du territoire.

Plan marketing Côte-d'Or

Sur le long terme et depuis plus de 10 ans maintenant, nous continuons en parallèle à utiliser la marque déposée par Côte-d'Or Tourisme : « La Côte-d'Or J'Adore ».

- ⇒ Les actions de communication autour de cette marque jalonnent l'année 2021 et se répondent sur les différents médias utilisés tant en matière de print de digital. Du magazine « La Côte-d'Or J'adore » co-édité avec Le Bien Public, aux réseaux sociaux, en passant par les insertions publicitaires nationales (Géo, Femme actuelle, Fluvial...) ou les partenariats avec les médias locaux, régionaux ou nationaux comme France Bleu, Bing-Bang, Le bien Public, Autoroute info...
- ⇒ Dans le cadre du plan de relance du tourisme du Conseil départemental lié à la crise sanitaire, Côte-d'Or Tourisme a mis en place une campagne de communication inédite qui permet d'offrir pour la première fois à la destination Côte-d'Or une exposition TV nationale avant la saison d'été 2021. Du 27/05 au 14/06, un spot de 20 secondes (créé spécifiquement) a été diffusé près de 200 fois sur les principales chaînes nationales (TF1, France 3, France 5, M6, Teva, TV monde, National Geo Wild) ainsi que sur les replays de France TV. Résultat : 36,5 millions de contacts sur la période pour un coût/contact à 0,006 €. Les réactions des acteurs du tourisme et les partages de cette information démontrent l'attente de ceux-ci quant à l'action de Côte-d'Or Tourisme et la bonne réception de cette campagne TV

Plan marketing partagé

En complément de la communication sur le thème « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature » et pour la troisième année consécutive, le message porté sur le plan national par le collectif Bourgogne (entre septembre et novembre) est par ailleurs (légèrement modifié) « L'automne, c'est la Bourgogne ». Ce message sera porté sur l'ensemble du territoire via des actions sur les réseaux sociaux et les médias digitaux en priorité et dans des formats adaptés à ces supports (posts, images, vidéos, jeux...)

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Mettre à l'esprit la destination Côte-d'Or à travers un storytelling inspirant pour nos cibles en proposant à la fois des expériences dans l'air du temps, des solutions aux envies de week-ends des grands urbains et des idées de séjours adaptées aux familles.

PRODUCTION DE CONTENUS, RESSOURCES EDITORIALES, ICONOGRAPHIQUES, AUDIOS ET VIDEOS

CIBLES

Cibles prioritaires : Femmes, CSP +, couples sans enfant, babyboomers, familles « classiques » et « recomposées » à hauts revenus

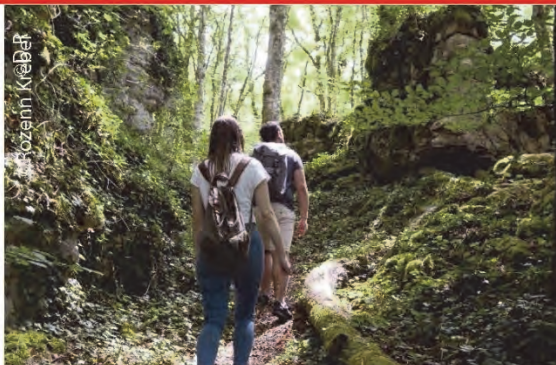
Cibles affinitaires : Amateurs d'art de vivre, de vins et de bonne chère, amateurs de patrimoine et de pratiques culturelles, amateurs d'activités et loisirs nature

- ✓ Après un diagnostic de nos contenus audio, iconographiques et vidéo, mise à niveau des ressources : création de vidéos spécifiques pour les réseaux sociaux et le site internet, redimensionnement de nos films existants et création d'une vidéothèque
- ✓ Création d'une base éditoriale concernant les chefs, restaurants et recettes : 160 recettes stockées à ce jour pour réutilisation dans la presse, sur les outils de l'ADT...
- ✓ Création en partenariat d'une série de 6 articles web avec le média en ligne Trvlr sur la Côte-d'Or, le patrimoine, la nature, la gastronomie, la route des Grands crus de Bourgogne. Articles diffusés sur le média et partagé sur les réseaux sociaux de Trvlr et de Côte-d'Or Tourisme
- ✓ Réalisation d'une série de vidéos destinées aux réseaux sociaux et au site web intitulée « un week-end Côte-d'Or » avec une thématique été et une thématique automne pour diffusion en 2021 et reprise en 2022
- ✓ Réalisation de 9 journées de reportages photos et vidéos en préparation sur les thèmes phares nature et patrimoine et en vue de 2022



- ✓ Acquisition d'un drone et formation de la photographe au pilotage

LA CÔTE-D'OR



Objectif : Tous les ans, selon la thématique abordée et les besoins, l'ADT organise des événements promotionnels et des jeux concours.

OPERATIONS PROMOTIONNELLES ET EVENEMENTIELLES

CIBLES

Prestataires
Partenaires
Grand public

Evénements spéciaux

- ✓ Organisation/co-organisation, présence et/ou fourniture d'éléments et outils pour couvrir les événements suivants :
 - o Salon du Vélo (septembre) : thème nature, itinérance, cyclotourisme
 - o Semaine bleue (octobre) : généraliste
 - o Opération Chefs de gare à Montbard (octobre) : thème gastronomie
 - o Foire internationale et gastronomique de Dijon (novembre) : thème gastronomie
 - o Salon des maires (décembre)
- ✓ Réalisation d'un nouveau kit promotionnel, dédié aux événements comprenant (cf photo Semaine bleue à droite) :
 - o 2 kakémonos et un fond de stand parapluie
 - o 4 oriflammes extérieurs
 - o 1 habillage assorti de comptoir mobile
 - o Des posters
 - o Des sacs papier
- ✓ Assistance aux événements suivants par le biais de prêt de matériel ou de fourniture de documentation :
 - o Mad Jacques (juin)
 - o Tour Auto (septembre)
 - o AM Sports (octobre)



Jeux-concours

Plusieurs fois par an, des jeux-concours sont diffusés sur nos supports ou co-organisés avec des partenaires, afin de recruter des prospects pour alimenter notre base contacts newsletters (par exemple) :

- o Le Repos des Héros : prolongement jusqu'au 31 décembre 2021 des deux opérations « Le repos des héros en Côte-d'Or » et « Le repos des héros en Côte-d'Or, ça continue », à destination notamment des soignants de France pour la première et notamment des soignants de Côte-d'Or pour la seconde
- o Bourgogne Mag/Dijon Beaune mag

Le premier jeu a été organisé à l'occasion de la parution de DBM 87 : diffusé sur le Facebook DBM le 23/07 pendant 10 jours avec story Facebook et Instagram.



Le second jeu a été organisé à l'occasion de la parution de DBM 88 : diffusé sur le Facebook DBM le 12/08 pendant 5 jours avec story Facebook et Instagram



Jeu-concours sur les réseaux sociaux en partenariat avec le Crédit Agricole de Bourgogne Champagne sur le thème #moneteenchampagnebourgogne avec comme axes principaux la nature et le patrimoine : 800 participations sur Instagram et autant d'utilisation du #lacotedorjadore

Jeu-concours sur Instragram du 25/11 au 9/12. A gagner : une nuitée à la Combe Rossignol => 24 000 likes sur la publication / près de 400 participants au jeu



Jeu-concours sur Facebook du 6 au 17/12. A gagner : une nuitée à l'hôtel Ô Rouge à Gevrey Chambertin => plus de 2000 participants pour environ 59 000 internautes atteints par cette publication



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Relations avec les professionnels du tourisme intermédiaires

ASSISTANCES, EDUCTOURS ET DEMARCHAGES AUX PROFESSIONNELS DU TOURISME

CIBLES

Professionnels du tourisme

Objectifs : Maintenir un contact régulier avec les professionnels du voyage. Assurer la promotion de la destination en participant à des éductours et des démarchages.

Assistance aux opérateurs souhaitant programmer la destination Côte-d'Or. Depuis le début de l'année, notamment :

- John Paul Travel Concierge
- Venet voyages
- Vem pra Borgonha
- Nevers tourisme
- VOS travel
- Chanel
- SNCF voyageurs
- Mme Buriez (groupe)
- Safrantours
- CCAS BFC
- Carpe diem privilèges
- Eralios voyages
- Hotels Around the World
- JTB Kuoni Tumlare
- GoTrip
- Generali France
- Congrès camping-caristes
- France Intense
- Transfair
- Mr Rabaud (groupe)
- Com Event
- CEA Valduc
- Mme Battaglia wedding planner
- Destinaslow
- Centre social de Montceau-les-Mines
- Mme Grosjean
- Sibylline escapade
- Staff agency



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Une action ciblée envers la presse nationale

DOSSIERS ET COMMUNIQUES DE PRESSE

DOSSIER DE PRESSE 2021

EN CÔTE-D'OR
L'HISTOIRE EST
DANS NOTRE NATURE

Objectif : Afin d'assurer la promotion de la destination auprès des journalistes et d'assurer un relais qualitatif des informations, l'ADT met à disposition de la presse des dossiers de presse et envoi des communiqués de presse toute l'année.

CIBLES

Médias nationaux et régionaux

Dossier de presse

- ✓ Sortie mi-janvier du dossier de presse « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature » présentant l'offre par destinations, dans un esprit « découverte en itinérance », avec des focus sur les activités incontournables et insolites patrimoine – nature, ainsi que les nouveautés et grands projets
- ✓ Diffusion du dossier de presse sur Partir en France, l'IMM France, par e-mail et courrier à la presse régionale et nationale ciblée, sur le site internet professionnel, sur des événements, lors de rencontres et accueils de presse...



Communiqués de presse à la presse locale

- ✓ Envoi régulier de communiqués de presse en fonction de l'actualité 2021. Depuis le début de l'année notamment :
 - o Pour la sortie du dossier de presse intitulé « En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature ! »
 - o Pour l'obtention du label « Vélo & Fromages » le long du Canal de Bourgogne
 - o Pour la réouverture de la saison touristique et les grands sujets 2021
 - o Pour annoncer les spots TV
 - o Pour l'assemblée générale de l'ADT du 07/09

- o Pour présenter l'opération Chefs de Gare à Montbard le 15/10
- o Pour annoncer la saison automnale et ses nouveautés gourmandes qui font rayonner le territoire
- o Pour l'application Balades en Bourgogne
- o Pour la remise des prix des Trophées de la valorisation paysagère

✓ Invitations presse

- o Pour inviter les journalistes sur le tournage de l'émission Top Gear à l'Abbaye de Fontenay et au circuit Dijon-Prenois

✓ Réponse aux demandes ponctuelles d'interviews

Objectifs : générer des reportages qualitatifs pour valoriser et promouvoir la destination Côte-d'Or, première destination nature – patrimoine entre Paris et Lyon, sur des supports médias presse / TV et radios

Communiqués de presse à la presse nationale

- o En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature ! – le 12/02
- o La Côte-d'Or déclare la saison touristique ouverte ! – le 25/05
- o La Côte-d'Or fait sa star à la TV ! – le 25/05
- o La Côte-d'Or se croque à l'automne ! – 28/09

Communiqué de presse
25 mai 2021



La Côte-d'Or fait sa star à la TV !



Pour la première fois de son histoire, Côte-d'Or Tourisme, l'Agence de développement touristique du département, investit le petit écran pour promouvoir son territoire.

A situation exceptionnelle, réponse exceptionnelle. La crise sanitaire a durement touché les acteurs du tourisme en Côte-d'Or, comme dans le monde. Enfin, l'espoir renaît et la réouverture s'amorce. Côte-d'Or tourisme, qui soutient et accompagne les professionnels, joue également pleinement son rôle de communicante auprès des Français, dans le cadre du plan de relance départemental. L'objectif est avant tout de mettre en avant la destination Côte-d'Or auprès de sa clientèle cible : les Parisiens, Rhônalpins et Bourguignons (premiers consommateurs de tourisme sur le territoire).

**La Côte-d'Or
déclare la saison touristique
ouverte !**



© Rozenn Krebel

La relance s'amorce et les Français se prennent à rêver aux beaux jours. A raison ! Nul besoin de prendre l'avion ni d'aller loin pour se dépayser et prendre du bon temps. La Côte-d'Or, concentrée de Bourgogne, a tout pour plaire cet été. Loin de la fréquentation touristique effrénée, la destination promet des moments privilégiés avec la nature, le patrimoine historique et culturel, dans un cadre reposant. C'est l'occasion de visiter les grands spots touristiques mais aussi de découvrir ses pépites moins connues, de se baigner dans un lac, de faire du vélo à l'ombre le long des voies de halage ou de s'arrêter dans un bistrot de campagne.

Communiqué de presse
28 septembre 2021

La Côte-d'Or se croque à l'automne !



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Mise à l'esprit du territoire et promotion du tourisme en Côte-d'Or, par le biais de visuels pubs comme de publi-rédactionnels avec les médias locaux, régionaux et limitrophes. Promotion de l'année thématique, des grandes opérations et de nos outils comme l'application mobile Balades en Bourgogne.

Relations avec la presse

PARTENARIATS AVEC LA PRESSE, LES RADIOS LOCALES, REGIONALES ET LIMITROPHES

CIBLES

Grand public

Le Bien Public

- ✓ Partenariat pour le magazine « La Côte-d'Or J'Adore ». Sortie officielle le 9/05
- ✓ Supplément numérique visant à promouvoir la Côte-d'Or et ses itinéraires à vélo (sortie le 3/07)
- ✓ Rédaction de pages estivales. Publications les lundis, du 5/07 au 23/08
- ✓ Supplément numérique traitant des Trophées de la valorisation paysagère

France Bleu Bourgogne

- ✓ Organisation et enregistrement d'émissions hebdomadaires, diffusées en fin de matinée le week-end (durée 1h30), avec deux invités mis en avant par émission : créneaux les samedi et dimanche au premier trimestre, émissions le dimanche uniquement au second trimestre
- ✓ En juillet et août, 8 semaines de jeu et de promotion de prestataires

Autoroute Info

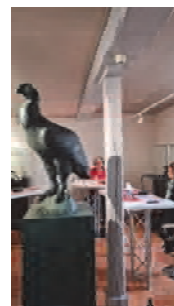
- ✓ Spots promotionnels, mise à jour d'émissions de découvertes sur la Côte-d'Or et diffusion toute l'année
- ✓ Journée spéciale le 7/05 sur le thème de la Voie bleue Moselle-Saône à vélo



- ✓ Journée spéciale le 6/07 en partenariat avec le MuséoParc Alésia



- ✓ Journée spéciale le 15/10 sur Saulieu : 100 ans de l'ours Pompon, l'art à la campagne, vivre dans le Morvan et le Relais Bernard Loiseau avec remise de la médaille du tourisme à Cécile ZICOT



France 3 Bourgogne Franche Comté

- ✓ Suggestion de sujets pour l'émission « Vous êtes formidables », présentée par Pascal Gervaise. Pour les sujets retenus, prise de rendez-vous et envoi de contenus photo et vidéo :
 - o Sylvain Boulangeot, Maison de la forêt à Leuglay – diffusion le 04/11
 - o Olivier Gaugry, Burgundy Bike à Brochon – diffusion le 08/11
 - o Cécile Zicot, Musée Pompon à Saulieu – diffusion le 15/11



Autres médias locaux

- ✓ Chroniques hebdomadaires dans « la minute info + » du vendredi matin sur RCF
- ✓ Sponsoring de la rubrique agenda sur K6fm d'avril à novembre, fourniture de contenus et de lots pour des jeux mensuels
- ✓ Jeux-concours et spots promotionnels toute l'année et sur des périodes ciblées avec les radios locales et limitrophes : France bleu Bourgogne/Auxerre/Montbéliard/Champagne-Ardenne, K6fm, Chérie FM Dijon, Virgin radio Dijon, Nostalgie Dijon, RFM Bourgogne, France bleu Belfort Montbéliard...



- ✓ RV de travail avec France 3 Bourgogne Franche-Comté le 10/03, puis à nouveau avec l'ensemble des acteurs du tourisme de la région, le 11/06
 - o Envoi du dossier de presse à des contacts ciblés
 - o Envoi de suggestions pour l'émission « Vous êtes formidables », centralisées par le CRT

- ✓ Rédaction, publi-rédactionnels et publicités dans d'autres supports locaux, principalement au printemps et en été : Côte-d'Or magazine (dossiers, encadrés...), Le Journal du Palais, Arts & Gastronomie, Bourgogne magazine, Dijon Beaune mag, Echo des communes (habillage web), Dijon l'Hebdo, Free Time, Vaéviert, L'inattendu, le Journal de la Haute-Marne, ELLE (BFC), Welcome magazine...



Arts & Gastronomie

Dijon Beaune Mag



Insertions publicitaires 2021



Femmes en Bourgogne



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Relations avec la presse

RELATIONS PRESSE AU NATIONAL

CIBLES

Journalistes, blogueurs

Objectif : Maintenir un contact régulier avec la presse nationale et marquer le lancement de la saison des accueils de presse avec la présentation du dossier de presse annuel et des grandes actualités du département.

Assistances, rencontres, accueils et veille presse

- ✓ Traitement des assistances presse : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande :
 - o France 2 (13h), Esprit Camping-Car, Figaro Magazine, France Inter, Les Pieds dans le Plat, Magazine Balades, TF1, Le Progrès, Le Globe Trotter, My Good Life in France, Off Beat France, Météo à la Carte (France 3), Magazine Le Rustica, Le Globe Flyer, France.fr, Paris International VIP Services, Europe 1, Paris Match

- ✓ Organisation d'accueils de presse (programme, réservations, ...)

Réalisés :

- o Météo à la carte (France 3) : reportage Côte-d'Or, du 23 au 26/02. Diffusion de la recette : œuf poché, sauce vin blanc et Brillat Savarin au Clos Napoléon à Fixin le 8/03
- o Magazine Wider : reportage La Voie Bleue, du 25 au 29/04 sur la partie Bourgogne Franche-Comté
- o Magazine Esprit d'Ici : reportage Côte-d'Or, journalistes Aurore Staiger et Stéphane Gautier, du 1er au 4/06. Diffusion : MuséoParc Alésia, Helixine, village de Flavigny-sur-Ozerain
- o Mon GR préféré : reportage GR®2, journaliste David Genestal, du 4 au 6/06 et du 16 et 17/06. Diffusion : Sources de la Seine, Parc national de forêts, Bois de Cestres – Etaules, café associatif les Z'uns Possibles, forêt Val Suzon
- o Voyage de presse Côte-d'Or : reportage MuséoParc Alésia et Côte-d'Or, du 2 au 3/07 (et 4/07 pour deux autres journalistes). Diffusion : MuséoParc Alésia, village de Flavigny et ses Anis, village de Semur-en-Auxois, Château de Bussy-Rabutin, Maison de la Forêt, Musée du Pays Châtillonnais
- o My Bike : reportage la Voie Bleue, du 5 au 11/09, avec étape à Auxonne les 5, 6 et 10/09
- o Au fil des lieux – Katherine HIBBS : reportage dans le vignoble et au cœur du Parc national de forêts, du 7 au 11/10
- o Météo à la carte (France 3) : reportage Côte-d'Or, du 6 au 9/10
- o Top Gear France : reportage Côte-d'Or, repérage du 13 et 14/09, tournage de l'émission TV le 26 et 27/10 à l'Abbaye de Fontenay et au circuit de Dijon-Prenois
- o Gilles Pudlowski (critique gastronomique), découverte à Beaune et Nuits-Saint-Georges le 16 et 17/11

- ✓ Revue de presse : suivi des retombées de presse post-assistances et post-accueil les plus emblématiques :

- o **Journal de 13h France 2**

Les tonneaux de Saint-Romain « Des tonneaux qui valent de l'or » - Diffusé le 11/01

Un bien bon bonbon « la tradition du bonbon à l'anis de Flavigny » - Diffusé le 13/01

Mulot & Petitjean « le pain d'épices, une véritable fierté locale » - Diffusé le 14/01

Tradition, « à la découverte des vins de Bourgogne » - Diffusé le 15/01

o **Journal de 20h France 2**

Immersion dans le monde du silence à l'abbaye de Cîteaux – Diffusé le 17/01

o **Les Cahiers du Fleurissement** – parution janvier

o **Météo à la carte France 3**

- Chez Loiseau autour du chef Patrick Bertron à Saulieu
: « Gastronomie : l'héritage de Bernard Loiseau » -

Diffusé le 12/01

- Tradition : « les bonbons bourguignons » - Diffusé le

15/01

- Une journée au domaine Rion « sur la Route des
grands crus de Bourgogne » - Diffusé le 21/01

- Elisabeth MAYOL, doreuse sur bois à Dijon - Diffusé le 23/03

- Le Clos Napoléon à Fixin, diffusé le 8/03

- Ducherpozat, le tailleur de pierre, diffusé le 5/04

- Lacanche, diffusé le 25/03

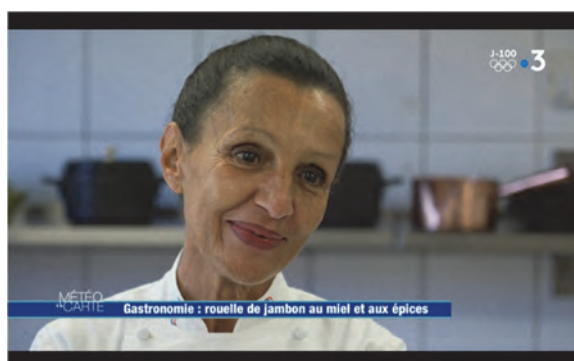
- La canal de Bourgogne, diffusé le 18/05

- Les journées mondiales de l'œuf en meurette au Château du Clos Vougeot diffusé le 14/10

- Portrait « Vigneron » au domaine Guyot diffusé le 18/10

- Recette : Cordon bleu coquillettes au restaurant Chez les fils à maman diffusé le 25/10

- Recette : Rouelle de jambon de cochon fermier laquée au miel et épices douces de la Cheffe Iza Guyot
du Comptoir de Pagny diffusé le 27/10



o **Le Monde du Camping-Car** – Les Charmes enivrants de la Bourgogne –
parution mars

o **Des Racines et Des Ailes « Terres de Bourgogne »** - Diffusion 24/03



o Europe 1

À la découverte de la Vallée de la Gastronomie et du pain d'épices - Diffusé le 12/06

o France Inter, les conseils de Philippe Gloaguen, fondateur du guide du Routard, partir cet été dans le Morvan

o Journal de 13h TF1

Pourquoi les Bourguignons sont fiers de leur région ? Domaine Philippe Gavignet à Nuits-Saint-Georges - Diffusé le 08/07

o Capital M6

- Villages de France - villages terroirs à chacun son filon - Le MuséoParc Alésia : extrait et reportage intégral à partir de 31min - Diffusé le 22/08

- Pique-nique : les recettes du repas star de l'été - La moutarde de Dijon - Diffusé le 08/08

o Campagne autour de la nouvelle scénographie du MuséoParc Alésia diffusée sur :

- M6 Capital le 22/08
- France 3 BFC, le 19/20 du 15/08 et rediffusion au 12/13 du 16/08
- Le Figaro, pleine page le 19/08
- Les échos.fr en juillet
- Le Figaro Histoire en juillet
- RTL le long du Canal de Bourgogne le 1^{er}/08
- Classtourism, infotravel, réseau Forum éco, Le Parisien week-end du 13/08 Envie d'ailleurs, mafamillezen.com, Itartbag, loisirmag.fr, Rustica, Nosjuniors.com, laquotidienne.fr, Guerres et histoires, Culture newstank, l'Agora des arts, Unification France, Place to be, Onirik, Club Innovation Culture, Archéologia, etc.

Partir en France - IMM - Rencontres presse

- ✓ Participation au Workshop presse ADN Tourisme « Partir en France » (ex Deptour), les 18 et 19/01 en distanciel : 30 rendez-vous avec les journalistes pour présenter le dossier de presse, qui ont manifesté beaucoup d'intérêt et d'envie de découvrir les nouveautés 2021 de notre territoire
- ✓ Participation au workshop presse ADN Tourisme « Partir en France », le 9/04, en distanciel
- ✓ Participation au Workshop de l'IMM (International Media Marketplace) France, Monaco & Benelux, le 22/06 à Paris
- ✓ Participation au workshop presse ADN Tourisme « Partir en France », le 19/10, en distanciel. 11 rendez-vous avec des journalistes
- ✓ Traitement des assistances post-salon : fourniture d'informations aux journalistes en fonction de la demande



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Le magazine et les cartes « La Côte-d'Or J'adore » sont destinés aux touristes et visiteurs qui n'utilisent pas les sites internet ou applications mobiles une fois sur notre territoire. Ces outils sont donc traditionnellement réalisés et diffusés gratuitement, et de manière large via les réseaux et offices de tourisme, avant les premières vacances de printemps.

Communication print

OUTILS EDITES PAR CÔTE-D'OR TOURISME

CIBLES

Grand public

Magazine touristique

- ✓ Tirage à 100 000 exemplaires et diffusion dans les offices de tourisme et sites touristiques, à partir du 09/05

Carte touristique

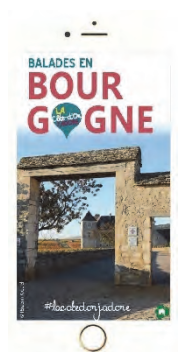
- ✓ Mise à jour des cartes touristiques départementales et régionales, en version française et trilingue coordination de l'impression au niveau régional, 138 500 exemplaires au total
- ✓ Sorties de la carte trilingue février et de carte française en avril
- ✓ Préparation de l'édition 2022

Carte thématique « La Côte-d'Or à vélo »

- ✓ Mise à jour et réédition pour diffusion à partir d'avril

Autres réalisations

- ✓ Flyer promotionnel de l'appli Balades en Bourgogne : mise à jour et réédition pour diffusion dès l'été et sur les événements d'automne
- ✓ Réalisation d'une collection de posters la Côte-d'Or J'adore sur la thématique nature patrimoine (format A0)



Gestion de la documentation et bourse d'échange

- ✓ Diffusion de ces outils lors de la bourse d'échange aux têtes de réseaux et offices de tourisme qui s'est déroulée le 3/06 au Mirabellum à Mirebeau-sur-Bèze
- ✓ Diffusion tout au long de l'année de ces outils et sur demande (remise en nombre pour des toutes demandes de manifestations, et également auprès des hébergeurs et restaurateurs (hôtels, campings, meublés, etc...))

LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Etre partenaire d'outils de promotion selon les opportunités et faire la promotion de nos outils, notamment l'application mobile Balades en Bourgogne.

Communication print

OUTILS EDITES EN PARTENARIAT

CIBLES

Grand public

- ✓ Réalisation du guide Le Routard Morvan en partenariat avec Hachette Livre et le Parc naturel régional du Morvan, Côte d'Or Tourisme, Agence de Développement Touristique de la Saône et Loire, Agence de Développement Touristique de la Nièvre, Agence de Développement Touristique de l'Yonne, Pays Nivernais Morvan. Participation au lancement officiel le 4/06
- ✓ Edition d'un document Parc national de forêts, en partenariat avec l'office de Châtillon-sur-Seine et la MDT52, reprenant les bases du dossier de presse 2020, à destination des prestataires touristiques du Parc national
- ✓ Etude des partenariats selon opportunités



LA CÔTE-D'OR

Un territoire 100% durable



Une nature haute qualité environnementale

APPLICATION MOBILE BALADES EN BOURGOGNE

Objectif : 75% des Français sont des mobinautes. Aussi il est important d'intégrer le tourisme mobile dans les activités touristiques car les individus sont hyper connectés et veulent de l'instantané. Avec plus de 100 000 téléchargements, l'application Balades en Bourgogne répond à cet objectif en mettant en valeur l'itinérance, la gourmandise et/ou des sites patrimoniaux de Côte-d'Or.

CIBLES

Visiteurs et habitants
Prestataires locaux

- ✓ Réflexion et mise en place de nouvelles balades (définition de la balade, repérages, rédaction, production et enregistrements des contenus, intégration technique dans l'outil et tests et correctifs), à la demande des prestataires et collectivités
- ✓ Intégration des nouveaux sentiers enregistrés au PDIPR et des balades VTT inscrites au PDESI
- ✓ Evolution de l'application mobile : intégration du picto des balades gourmandes
- ✓ Promotion de l'application Balades en Bourgogne dans la presse locale avec des encarts publicitaires, dans des articles et à la radio
- ✓ Depuis sa création en 2015, ce sont plus de 100 000 téléchargements de l'application qui ont été réalisés
- ✓ Ont été publiées sur l'année 2021 :

Nouveautés randonnées pédestres

- Tour des roches de Saffres
- Boucle Saint-Germain-de-Modéon
- Buan Creux de la Pierre
- Buan Maison Forestière
- Regard sur le Lac de Cercey
- Regards autour de Mont-Saint-Jean
- Santenay, la ville d'eau au pays du vin
- Vieux Saint-Pierre
- Tour des roches de Saffres
- Tour du Lac de Chamboux
- Sentier des Deux Cents Marches
- Sentier du Tacot
- Sentier Campagne de Russie Fixin
- Sentier de la Charme
- Sentier des Sources Paramelle
- Sur les pas des premiers Comtes de Saulx



MAJ randonnées pédestres, en un seul tronçon

- Le Bouton d'Or
- Marche à l'Étoile
- Traversée des Cinq Vallées

Randonnées Vélo

Nouveautés : circuits VTT

- Le parcours des Combes
- Le sentier du Tacot
- Sentier de la Buère
- Parcours des Bois de l'Ignon
- Parcours des Bois des Tilles



Ajouts sur l'appli (transfert de contenus du site Bouger Nature, sur l'appli)

Boucles locales en espace partagé

- Voie du Tacot
- Boucle du lac de Grosbois
- Sous le regard de Myard
- Du haut de Châteauneuf
- Au fil de l'Armançon
- Boucle de la butte de Thil
- Semur en Auxois
- Abbaye de Fontenay
- Eglise de Saint-Thibault
- Château de Commarin
- Vercingétorix / Jules César



MAJ randonnées à vélo, en un seul tronçon

- Voie Bleue Moselle - Saône : Talmay à Seurre
- Canal de Bourgogne : Dijon à Rougemont



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Selon Médiamétrie, la France compte 53 millions d'internautes (décembre 2019), soit 84,6% des Français. Promouvoir la destination Côte-d'Or et fournir aux différentes cibles une offre touristique exhaustive et qualifiée. Suivre l'évolution des sites touristiques et faire évoluer les nôtres pour être en adéquation avec les nouvelles expériences et attentes des utilisateurs.

Communication digitale

SITE INTERNET

CIBLES

Visiteurs, habitants
Prestataires locaux

Site grand public www.cotedor-tourisme.com

- ✓ Côte-d'Or Tourisme rejoint la Fabrique à sites avec pour objectif de refondre le site grand public pour la saison 2021
- ✓ Premier travail sur le plan des contenus permettant de récupérer les sujets du site bouger-nature, du blog, du site pro, du site greeters... pour l'intégrer dans un seul nouveau site internet
- ✓ Travail sur le design avec l'agence Thuria. Une formation au backoffice pour les membres de l'équipe de rédacteurs a eu lieu le 16/02
- ✓ Travail de rédaction de contenus : formation des rédacteurs, mise en place de comités éditoriaux toutes les semaines pour suivre l'évolution des rédactions. Ces comités éditoriaux se poursuivront après la mise en ligne du site internet pour continuer de faire évoluer les sujets traités sur le site et poursuivre l'objectif d'augmenter le trafic du site web
- ✓ En parallèle, travail technique autour de la mise en place de flux Décibelles data pour que les fiches SIT des prestataires remontent sur le nouveau site web
- ✓ Coordination des travaux en liaison avec Bourgogne Franche-Comté Tourisme
- ✓ Travail sur la stratégie web et sur la structuration du référencement naturel du site. Travail qui sera poursuivi en 2022
- ✓ Sortie officielle du nouveau site web le 10/06



LA CÔTE-D'OR

Une destination 100% désirable



Objectif : Valoriser la destination en suscitant l'envie de venir consommer du tourisme sur le territoire. Proposer des expériences inspirantes aux consommateurs à travers les nombreux leviers qu'offre le web et les réseaux sociaux.

Une promotion digitale pointue et collaborative

RESEAUX SOCIAUX ET NEWSLETTERS

CIBLES

Cibles prioritaires (de communication)

Femmes , CSP + , couples sans enfant, babyboomers, familles « classiques » et « recomposées » à hauts revenus

Cibles affinitaires (de consommation)

Amateurs de la destination, amateurs de vins et de bonne chère, amateurs de patrimoine et de pratiques culturelles, amateurs d'activités nature et de campagne mise en scène

Réseaux sociaux grand public

En partenariat avec l'agence digitale Travel Insight retenue pour cette année :

- ✓ Poursuite de notre stratégie de contenus basée sur la séduction et le storytelling : création d'articles de blog, reportage photos, création de vidéos pour mettre à l'esprit de nos clients potentiels et prescripteurs la destination Côte-d'Or
 - ⇒ Nouveaux partenariats : avec le media digital Trvlr, spécialisé dans le secteur du tourisme et du voyage sur une cible urbaine CSP+, plusieurs articles partagés sur les réseaux sociaux ciblés nature/patrimoine => une série de 6 articles web sur la Côte-d'Or, le patrimoine, la nature, la gastronomie, la route des grands crus de Bourgogne
 - ⇒ Création de nouvelles vidéos sous la forme d'une série « Un Week-end en Côte-d'Or » mettant en avant l'expérience de la destination autour de nos thématiques incontournables => 2 vidéos réalisées en 2021 : Été et Automne
- ✓ La stratégie d'accroissement de nos communautés sur tous les réseaux, du travail sur les taux d'engagement porte ses fruits : En 2021 l'audience totale de notre page Facebook (à fin octobre) est de près de 5 millions d'internautes pour 56 000 abonnés, celle de notre compte Instagram atteint presque 700 000 internautes pour 12 000 abonnés

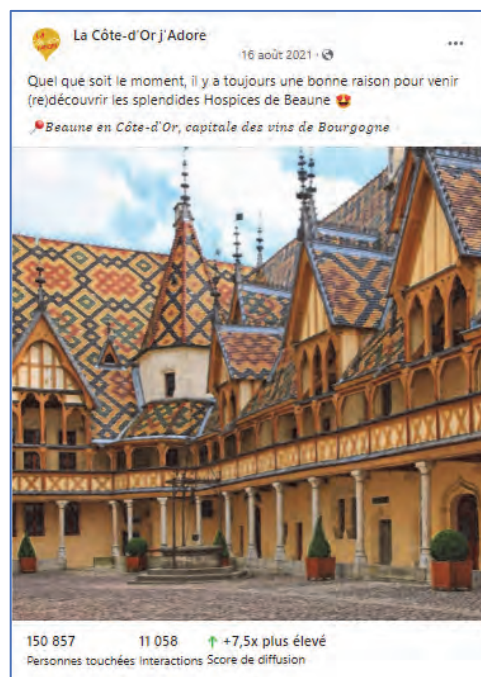
Résultats 2021 sur les réseaux sociaux grand public

- ⇒ Facebook = 57 000 abonnés / audience moyenne mensuelle = 485 000 internautes / taux d'engagement 10,85%
- ⇒ Sur Instagram = 13000 abonnés / audience moyenne mensuelle = 77 200 internautes / taux d'engagement 4,40%

Réseaux sociaux à destination des acteurs locaux et professionnels

- ⇒ Sur Facebook pro, Twitter et LinkedIn, l'objectif est de valoriser les actions réalisées par Côte-d'Or Tourisme auprès des acteurs du tourisme, des journalistes et des pros du tourisme. Il s'agit d'une stratégie de branding de la marque #lacotedorjadore
- ⇒ LinkedIn : 2000 abonnés en 2021 dont 950 abonnés supplémentaires sur l'année 2021
- ⇒ Facebook pro : 4500 abonnés en 2021 (+ 1000 abonnés vs 2020) essentiellement acteurs du tourisme en Côte-d'Or. Les thématiques les plus performantes : la campagne TV (6000 personnes atteintes), les actions de communication (Tournage Top Gear, offres d'emplois et Emission Des Racines et des Ailes)
- ⇒ Twitter : 6300 abonnés (médias, RP, Blogueurs, politiques, pros de la com, pros du tourisme...)

Top 5 des posts Facebook les plus performants en 2021



Newsletters

- ✓ Réalisation de newsletters régulières pour les Côte-d'Oriens, nos cibles marketing en France => Au total 31 newsletters envoyées en 10 mois

- ✓ 11 newsletters adressées à nos cibles marketing France avec une base de 90 000 destinataires et 20 newsletters adressées aux Côte-d'Or avec une base de 18 000 destinataires
- ✓ Taux de clic moyen pour les newsletters aux grands urbains France ~ 15% (le taux de clics enregistré le plus élevé est de 32%)
- ✓ Taux de clic moyen pour les newsletters aux Côte-d'Or ~ 27% (le taux de clics enregistré le plus élevé est de 49%)

Les 5 newsletters les plus performantes de l'année 2021



Les posts sur la campagne TV

La Côte-d'Or j'Adore
Publié par Célia Tichadelle · Hier, à 11:00 ·

Pour la première fois, la Côte-d'Or fait sa star à la télé ! 📺 Découvrez notre spot en avant première et retrouvez le sur toutes les grandes chaînes du 24 mai au 27 juin ! Nous vous attendons nombreux tout l'été ! 🍷



17 127 Personnes touchées 1 679 Interactions [Booster à nouveau](#)

Boostée le Hier, à 16:01 Par Célia Tichadelle [Se termine dans 3 jours](#)

Personnes touchées	4,8 K	ThruPlays	425
--------------------	-------	-----------	-----

[Voir les résultats](#)

Vous et 465 autres personnes 36 commentaires 255 partages

[J'adore](#) [Commenter](#) [Partager](#)

Plus anciens ▾

Mathieu Bouchard
Merci l'équipe de vous démenter pour nous. ❤️
J'adore · Répondre · Envoyer un message · 1 j · 1

K6FM
305 abonnés
20 h ·

Bravo Côte-d'Or Tourisme Conseil départemental de la Côte-d'Or c'est magnifique ! #cotedor #bourgogne #k6fm #tourisme #cotedortourisme

Côte-d'Or Tourisme
1 379 abonnés
1 j ·

Pour la 1ère fois de son histoire, #lacotedorjadore passe à la télé ! Pour soutenir la relance touristique et offrir à notre destination une visibilité accrue, La Côte-d'Or j'Adore investit dans une campagne pub entre le 24 mai et le 27 juin sur toutes les grandes chaînes .
RDV sur M6 vers 13h00 et sur Teva dans l'après-midi pour le découvrir en live !
Pour en savoir plus sur la campagne : https://lnkd.in/dh_tsx9



La Côte-d'Or j'adOre s'affiche à la télé !

3

Beaune Tourisme
18 h ·

[LA CÔTE D'OR A LA 📺]
Vous l'avez vue ?



Côte-d'Or Tourisme pour les Pros 😊 se sent fier(e).
Publié par Isabelle Cassotti · Hier, à 11:35 ·

Pour la 1ère fois de son histoire, #lacotedorjadore passe à la télé !
Pour soutenir la relance touristique et offrir à notre destination une visibilité accrue, ... [Afficher la suite](#)

OFFICE DE TOURISME DE BEAUNE ET PAYS BEAUNOIS
289 abonnés
3 h ·

[COMMUNICATION TERRITORIALE]

Merci à l'Agence de Développement Touristique de la Côte d'Or pour cette belle communication diffusée depuis hier sur les grandes chaînes!

#tourisme
#vacances

Côte-d'Or Tourisme
1 379 abonnés
1 j ·

Pour la 1ère fois de son histoire, #lacotedorjadore passe à la télé ! Pour soutenir la relance touristique et offrir à notre destination une visibilité accrue, La Côte-d'Or j'Adore investit dans une campagne pub entre le 24 mai et le 27 juin sur toutes les grandes chaînes .
RDV sur M6 vers 13h00 et sur Teva dans l'après-midi pour le découvrir en live !
Pour en savoir plus sur la campagne : https://lnkd.in/dh_tsx9



La Côte-d'Or j'adOre s'affiche à la télé !

Frederic Dansert
1 h ·

YES Félicitations 🎉



La Côte-d'Or j'Adore
Hier, à 11:00 ·

Pour la première fois, la Côte-d'Or fait sa star à la télé ! 📺 Découvrez notre spot en avant première et retrouvez le sur toutes les grandes chaînes du 24 mai au ... [Afficher la suite](#)

Abbaye de Fontenay - Patrimoine Mondial
295 abonnés
1 j ·

L'Abbaye de Fontenay - Patrimoine Mondial figure en bonne place dans la campagne de publicité lancée par le Département de la Côte d'Or pour promouvoir la relance touristique.

#bourgogne #bourgognefrancheconté #bourgognefrancheconté #unescomworldheritage

Côte-d'Or Tourisme
1 379 abonnés
1 j ·

Pour la 1ère fois de son histoire, #lacotedorjadore passe à la télé ! Pour soutenir la relance touristique et offrir à notre destination une visibilité accrue, La Côte-d'Or j'Adore investit dans une campagne pub entre le 24 mai et le 27 juin sur toutes les grandes chaînes .
RDV sur M6 vers 13h00 et sur Teva dans l'après-midi pour le découvrir en live !
Pour en savoir plus sur la campagne : https://lnkd.in/dh_tsx9



La Côte-d'Or j'adOre s'affiche à la télé !

LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



Objectif : Satisfaire nos clients au travers de toutes les actions menées par l'ADT en apportant une valeur ajoutée. Garantir une amélioration continue des prestations délivrées. Être conforme aux exigences du RGPD (règlement général sur la protection des données).

QUALITE ET SUIVI JURIDIQUE

CIBLES

Conseil départemental
Prestataires touristiques
Grand public
Professionnels de la presse
Tout autre partenaire de l'ADT
Collaborateur de l'ADT

Qualité

- ✓ Refonte des processus pour être en accord avec la nouvelle organisation de l'ADT
- ✓ Mise à jour des documents du système de management de la qualité
- ✓ Poursuite des audits internes toute l'année
- ✓ Organisation et tenue de la revue de direction du 29/06
- ✓ Audit de suivi annuel et maintien de la certification ISO le 8/11

RGPD

- ✓ Suivi du dossier avec l'avocat d'ADN Tourisme
- ✓ Mise à jour du registre des traitements pour 2021 et travaux de suivi avec le cabinet Racine



BNF - INPI

- ✓ Dépôts réguliers des imprimés réalisés par Côte-d'Or Tourisme auprès de la BNF : dossier de presse En Côte-d'Or, l'histoire est dans notre nature
- ✓ Suivi des dépôts de marques auprès de l'INPI. En 2021, ont été déposés :
 - o La Côte-d'Or J'adore – INPI
 - o Bourguignon d'un jour - INPI

LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



Objectif : L'ADT assure la gestion de ses ressources humaines et financières de manière très autonome au quotidien mais également avec l'aide d'un cabinet comptable et d'un commissaire aux comptes de manière annuelle à la clôture et la certification des comptes.

RESSOURCES HUMAINES ET FINANCIERES

CIBLES

Personnel de l'ADT
Cabinet comptable
Commissaire aux comptes

Budget

- ✓ Exécution du budget 2021 en fonction du nouveau thésaurus
- ✓ Préparation du budget prévisionnel 2022

Comptabilité analytique

- ✓ Clôture de la comptabilité analytique 2020
- ✓ Modification du thésaurus pour 2021
- ✓ Mise en place d'un nouvel applicatif en janvier 2021 (commun au logiciel RH EURECIA)

Comptabilité générale

- ✓ Réalisation de situations de trésorerie
- ✓ Clôture des comptes avec CORGECO et EXCO SOCODEC
- ✓ Recherche d'un logiciel comptable en remplacement de Sage Maestria en 2022

Gestion du personnel

- ✓ Préparation et réalisation du plan de formation 2021
- ✓ Changement du logiciel RH : EURECIA
- ✓ Accueil des stagiaires et alternants :
 - o 2 stagiaires en communication d'avril à août (MASTER)
 - o 4 stagiaires courte durée (BTS ou stage d'observation 3^{ème})
 - o 1 alternante en contrat de professionnalisation
- ✓ 2 congés maternité courant 2021
- ✓ Embauches d'une chargée de développement tourisme durable (en CDD 12 mois subventionné par l'ADEME) depuis le 7/04 et d'assistante développement nature et gastronomie en CDD 12 mois depuis le 1/09
- ✓ CDD en cours : 1 assistante 6 mois – 1 assistante 1 mois

Côte-d'Or Tourisme, agence de développement touristique
BUDGET PREVISIONNEL 2021

DEPENSES	Prévisions 2021 (M€)	Prévisions 2022 (M€)	Prévisions 2023 (M€)
1. Côte-d'Or Tourisme (Total à financer)	133 518,49	131 862,21	134 364,49
1.1. Services généraux et services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.2. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.3. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.4. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.5. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.6. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.7. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.8. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.9. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.10. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.11. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.12. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.13. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.14. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.15. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.16. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.17. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.18. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.19. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.20. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.21. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.22. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.23. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.24. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.25. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.26. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.27. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.28. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.29. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.30. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.31. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.32. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.33. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.34. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.35. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.36. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.37. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.38. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.39. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.40. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.41. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.42. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.43. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.44. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.45. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.46. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.47. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.48. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.49. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.50. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.51. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.52. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.53. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.54. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.55. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.56. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.57. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.58. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.59. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.60. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.61. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.62. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.63. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.64. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.65. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.66. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.67. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.68. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.69. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.70. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.71. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.72. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.73. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.74. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.75. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.76. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.77. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.78. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.79. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.80. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.81. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.82. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.83. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.84. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.85. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.86. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.87. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.88. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.89. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.90. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.91. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.92. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.93. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.94. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.95. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.96. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.97. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.98. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.99. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00
1.100. Services à la clientèle	10 000,00	10 000,00	10 000,00

LA CÔTE-D'OR

Des fonctions supports en amélioration 100% continue



Objectifs: Assurer la bonne gestion des budgets alloués aux différentes actions (partenaires, prestataires...) et le bon fonctionnement de la vie de l'association afin de satisfaire à nos obligations statutaires.

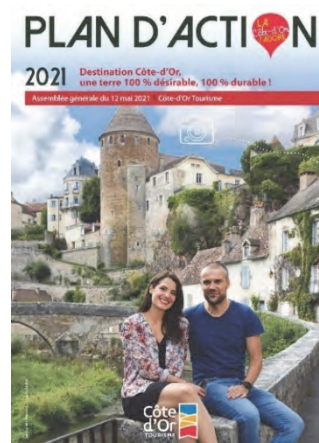
VIE STATUTAIRE

CIBLES

Conseil départemental
Membres de l'association
Collaborateurs de l'ADT

Vie de l'association

- ✓ Signature de la convention d'objectifs annuelle entre le Département et l'ADT et de l'avenant lié au plan marketing
- ✓ Préparation et tenue du Conseil d'administration du 30/03, de l'Assemblée générale du 12/05 et du Conseil d'administration du 1^{er}/12
- ✓ Réalisation du bilan d'activité 2020 et du plan d'action 2021 définitif
- ✓ Préparation et tenue de l'Assemblée générale et du Conseil d'administration du 7/09 (Election du CA et du Bureau et remise des médailles du tourisme à Michel ROUGER et Isabelle CASSOTTI). Elections suite aux élections du Conseil départemental



- ✓ Travail sur la transformation de l'ADT en agence d'attractivité (volet juridique et statutaire)

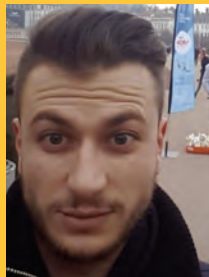
Coordination générale

- ✓ Réunions de concertation tous les mois

Gestion du parc informatique, technologique et des locaux

- ✓ Suivi avec les prestataires chargés de l'infogérance et des sites
- ✓ Suivi et gestion du parc informatique et bureautique
- ✓ Refonte du réseau informatique en fonction du nouveau thésaurus

Retrouvez les témoignages de nos partenaires sur le site
www.pro.cotedor-tourisme.com







L'ÉQUIPE DE CÔTE-D'OR TOURISME



ISABELLE COROND-PEINTRE

Directrice
Stratégie, management et organisation
Tél. 03 80 63 66 90
isabelle.corondpeintre@cotedor-tourisme.com



KATIA BOUILLOT

Responsable finances et
ressources humaines
Tél. 03 80 63 67 88
katia.bouillot@cotedor-tourisme.com



VIVIANE BRION

Attachée de direction et responsable Qualité
Vie de l'association - Qualité
Tél. 03 80 63 66 94
viviane.brion@cotedor-tourisme.com



ISABELLE CASSOTTI

Chargée de communication
Plans marketing - Réseaux sociaux
Production de contenus
Tél. 03 80 63 69 36
isabelle.cassotti@cotedor-tourisme.com



ELODIE JACOPIN

Chargée communication/presse
Relations avec la presse nationale
Assistance actions promotionnelles - Veille
Tél. 03 80 63 31 79
elodie.jacopin@cotedor-tourisme.com



ALBINE GUILLAUME

Chargée de développement
Valorisation paysagère
Label Villes et villages fleuris
Conseil aux communes
Tél. 03 80 63 66 92
albine.guillaume@cotedor-tourisme.com



CHRISTOPHE SAUVAGE

Assistant communication
Diffusion de la documentation
et bourse d'échange
Suivi technique des outils numériques
Tél. 03 80 63 69 49
christophe.sauvage@cotedor-tourisme.com



ANAIÏS GAURE

Chargée de communication
Communication print grand public
Relations avec les médias locaux
Production de contenus - Événementiels
Tél. 03 80 63 66 95
anais.gaure@cotedor-tourisme.com



ISABELLE MANCEAU

Chargée de développement
Classement des meublés
Labellisation Accueil Vélo et autres labels
Tél. 03 80 63 31 72
isabelle.manceau@cotedor-tourisme.com



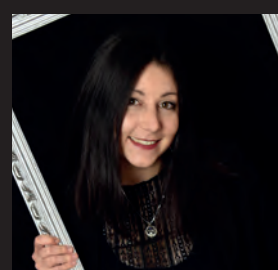
CAROLINE HAILLET

Chargée de communication
Site internet grand public et appli numérique
Base de données touristique - Production de contenus
Tél. 03 80 63 31 78
caroline.haillet@cotedor-tourisme.com



KARINE VANNET

Chargée de développement
Mission attractivité
Assistance aux collectivités
Tél. 03 80 63 31 80
karine.vannet@cotedor-tourisme.com



CLAIRE GUÉREL

Webdesigner
Infographie web - Production de contenus
Observation statistique
Tél. 03 80 63 66 80
claire.guerel@cotedor-tourisme.com



ROZENN KREBEL

Photographe - Infographiste
Infographie print - Ressources iconographiques,
éditoriales, audios et vidéos
Tél. 03 80 63 62 57
rozenn.krebel@cotedor-tourisme.com



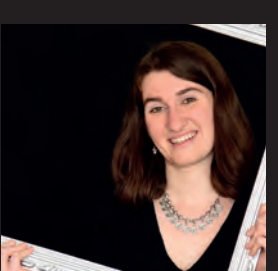
CÉLIA MAZUIR

Assistante
Appui aux actions de communication -
Production de contenus
Tél. 03 80 63 66 34
celia.mazuir@cotedor-tourisme.com



MARION BEIGENGER

Chargée de développement
Mise en réseaux territoriaux ou d'acteurs touristiques
Communication auprès des acteurs locaux
Tél. 03 80 63 64 84
marion.beigenger@cotedor-tourisme.com



ELISA REBULLIOT

Chargée de développement tourisme durable
Accompagnement des acteurs touristiques
dans leur transition écologique
Tél. 03 80 63 66 93
elisa.rebulliot@cotedor-tourisme.com



EMMA BARAT

Assistante communication en alternance
Tél. 03 80 63 64 05
emma.barat@cotedor-tourisme.com



JULIETTE RIPART

Assistante développement - Filières nature et gastronomie
Tél. 03 80 63 31 75
juliette.ripart@cotedor-tourisme.com

**Côte
d'Or
TOURISME**



OCTOBRE 2021



CÔTE-D'OR TOURISME

CS 13501 - 21035 Dijon Cedex FRANCE

tél : 03 80 63 69 49

mél : contact@cotedor-tourisme.com

COMMUNICATION GRAND PUBLIC

Site portail grand public : www.cotedor-tourisme.com

Facebook : www.facebook.com/cotedortourisme

Instagram : https://www.instagram.com/la_cote_dor_jadore/

Newsletter : www.cotedor-tourisme.com/bourgogne/newsletter

Pinterest : <https://www.pinterest.fr/cotedortourisme/>

Twitter : <https://twitter.com/cotedortourisme>

Youtube : www.youtube.com – CoteDOrTourisme

Site Bourguignon d'un jour : www.bourguignondunjour.com

Blog une année en Côte-d'Or : <https://www.cotedor-tourisme.com/blog-bourgogne/>

BALADES EN BOURGOGNE

Téléchargement gratuit sur l'App Store et Google Play

COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Site internet : <https://pro.cotedor-tourisme.com>

Facebook pro : www.facebook.com/cotedortourismepro

Base de données : pros-decibelles-data.tourinsoft.com